

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Διπλωματική Εργασία

Ειδικές και Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και Τοπική Ανάπτυξη:

Πρόταση για την ανάπτυξη καταδυτικού
τουρισμού στο νησί της Θάσου

Πατρίκου Δ. Σωτηρία

Επιβλέπων καθηγητής: Δρ. Μιχαήλ Ζουμπουλάκης



Βόλος 2017

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ:

Ευχαριστίες.....	5
Περίληψη.....	6

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο 2 :Τοπική Ανάπτυξη.....	9
2.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός.....	9
2.2 Βιώσιμη Ανάπτυξη.....	11
Κεφάλαιο 3:Τουρισμός.....	13
3.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός.....	13
3.2 Τουριστική Ανάπτυξη.....	15
3.3 Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη.....	19
3.4 Ο Τουρισμός Σήμερα.....	22
3.5 Επιπτώσεις Τουριστικής Ανάπτυξης.....	27

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κεφάλαιο 4:Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.....	31
4.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός	31
4.2 Καταδυτικός Τουρισμός.....	33
4.3 Εννοιολογικός Προσδιορισμός.....	34
4.5 Επιπτώσεις	36
Κεφάλαιο 5: Διεθνή και Ευρωπαϊκά παραδείγματα.....	38
5.1 Ο Καταδυτικός τουρισμός σε διεθνές επίπεδο.....	38

5.1.1 Καταδυτικά Πάρκα σε Παγκόσμιο Επίπεδο.....	39
5.2 Ο Καταδυτικός τουρισμός σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.....	41
5.2.1 Καταδυτικά Πάρκα στην Ευρώπη.....	42
5.3 Ο Καταδυτικός Τουρισμός στην Ελλάδα.....	44
5.3.1 Νομοθετικό Πλαίσιο.....	45
5.3.2 Καταδυτικά Πάρκα.....	46

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΘΑΣΟΥ

Κεφάλαιο 6: Μεθοδολογία.....	48
Κεφάλαιο 7: Το Νησί της Θάσου.....	49
7.1 Το προφίλ του νησιού.....	49
7.2 Ιστορικά στοιχεία.....	50
7.3 Το τουριστικό προϊόν της Θάσου.....	51
7.4 Υποδομές στο τουριστικό τομέα.....	55
7.5 Σχέδιο τουριστικής προώθησης.....	57
7.6 S.W.O.T Analysis.....	58
Κεφάλαιο 8: Η Πρόταση.....	60
8.1 Διαχειριστικό πλάνο.....	63
8.1.1 Pest Analysis.....	64
8.1.2 S.W.O.T Analysis.....	66
8.1.3 Ανταγωνιστικό Περιβάλλον.....	68
8.1.4 Στόχοι.....	69
8.1.5 Στρατηγική.....	70
8.1.6 Προϋπολογισμός.....	74
8.1.7 Σημεία και τρόποι ελέγχου.....	76

8.2 Επιπτώσεις.....	77
Κεφάλαιο 9: Συμπεράσματα.....	81
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία.....	83
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	83
Διαδικτυακές Πηγές.....	88
Παράρτημα.....	93

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ:

Πίνακας 1.....	17
Πίνακας 2.....	23
Πίνακας 3	24
Πίνακας 4.....	26
Πίνακας 5.....	51
Πίνακας 6.....	53
Πίνακας 7.....	57
Πίνακας 8	57
Πίνακας 9.....	59
Πίνακας 10.....	66
Πίνακας 11.....	68
Πίνακας 12	68
Πίνακας 13.....	74

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ:

Γράφημα 1.....	25
Γράφημα 2.....	41
Γράφημα 3.....	52
Γράφημα 4.....	54

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ:

Χάρτης 1.....	46
Χάρτης 2.....	47
Χάρτης 3.....	49
Χάρτης 4.....	62

Ευχαριστίες:

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Μ. Ζουμπουλάκη για τη πολύτιμη βοήθεια του και στήριξη του σε όλη αυτή τη διαδικασία τη συγγραφής της εργασίας. Αλλά και όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος για τη μετάδοση των γνώσεων και την άποψη συνεργασία. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους αυτούς τους ανθρώπους όπου με τη διάθεση του χρόνου τους παρείχαν όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες και βοήθησαν στην ολοκλήρωση της έρευνας. Συγκεκριμένα, ευχαριστώ τη εταιρία Μυλωνάς, το τουριστικό επιμελητήριο Καβάλας και την ΜΚΟ Inale. Τέλος ένα ιδιαίτερο ευχαριστώ στην οικογένεια μου για την στήριξη που μου παρείχαν όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Special Forms of Tourism and Local Development: diving tourism in Thasos

Abstract:

This paper is about special forms of tourism and how they can lead to economic and social development. We analyze the island of Thasos and we propose the introduction of diving tourism in this particular area. The proposal is about the construction of an underwater museum in the marble beach Saliara of North Eastern part of Thasos. The main purpose of this proposal is to screen the outcomes of the implementation of a special form of tourism such as the diving tourism for a society. Moreover, diving tourism is already a developed market and that is shown from the destinations results in favor of this type of tourism. Additionally, the figures show that it is a fully growing market.

Key words: diving tourism, local development, tourism development, special forms of tourism, Thasos

ΠΕΡΙΛΗΨΗ:

Μέσα από τη εκπόνηση της εργασίας στόχος είναι να μελετηθεί η ανάπτυξη μιας περιοχής σε τοπικό επίπεδο και συγκεκριμένα μέσα από την εφαρμογή ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σχετικά με τη μελέτη περίπτωσης η οποία ερευνάται στην εργασία είναι το νησί της Θάσου και συγκεκριμένα μέσα από τη πρόταση ανάπτυξης καταδυτικού τουρισμού. Η πρόταση αφορά τη κατασκευή ενός υποβρύχιου μουσείου στη περιοχή Σαλιάρα. Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία φαίνεται να προτιμάται και να εφαρμόζεται από πολλούς τουριστικούς προορισμούς ανά τον κόσμο. Και αυτό φαίνεται από τα επιτυχημένα αποτελέσματα τα οποία έχουν να παρουσιάσουν. Έτσι διαμορφώνεται μια ολοένα και πιο αυξανόμενη αγορά.

Λέξεις κλειδιά: καταδυτικός τουρισμός, τοπική ανάπτυξη, τουριστική ανάπτυξη, εναλλακτικός τουρισμός, Θάσος

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Κύριος στόχος της εργασίας είναι να μελετηθεί η ανάπτυξη μιας περιοχής σε τοπικό επίπεδο μέσα από την εφαρμογή ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αναφερόμαστε συγκεκριμένα σε μια περιοχής μικρής σε γεωγραφική έκταση όπως είναι το νησί της Θάσου. Έτσι σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθεί η εφαρμογή μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού, συγκεκριμένα του καταδυτικού τουρισμού, και τα αποτελέσματα της στην κοινωνία. Ενώ η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος έγινε με τη σκέψη ότι η Θάσος αποτελεί έναν ανερχόμενο προορισμό ο οποίος έχει πολλά να προσφέρει στον επισκέπτη πέρα από τον ήλιο και τη θάλασσα. Σχετικά με τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για την εκπόνηση της εργασίας είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, όπως επίσης και ο σχολιασμός και συλλογή δευτερογενών δεδομένων. Σε ότι αφορά την ενότητα της πρότασης αυτή βασίζεται στο σχεδιασμό ενός σχεδίου μάρκετινγκ, σύμφωνα με το οποίο παρουσιάζεται η συνολική ιδέα της πρότασης, η στρατηγική προώθησης όπως επίσης και τα εκτιμώμενα οφέλη από την πραγματοποίηση της επένδυσης από κοινωνικής προσέγγισης. Η συμβολή της εργασίας στην επιστημονική βιβλιογραφία εντοπίζεται στο γεγονός ότι μελετάται μια περιοχή, η Θάσος η οποία δεν έχει ερευνηθεί καθόλου σε επίπεδο εναλλακτικής τουριστικής ανάπτυξης.

Με τον όρο τοπικό ορίζουμε οποιαδήποτε ενέργεια πραγματοποιείται σε μια περιοχή από τον πληθυσμό της. Η ανάπτυξη σε ένα τόπο ταυτίζεται με την άνθιση της οικονομίας του. Ειδικότερα με την αύξηση της παραγωγικότητας η οποία ως αποτέλεσμα έχει την αύξηση των εισοδημάτων του πληθυσμού και κατ' επέκταση τη βελτίωση του βιοτικού του επιπέδου (Coffey και Polese ,2007). Συνδέοντας τώρα την τοπική με τη τουριστική ανάπτυξη, αυτή επιτυγχάνεται αρχικά μέσα από την αύξηση της τουριστικής ροής και εν συνεχεία μέσα από την αύξηση των καταναλώσεων (Sessa ,1988). Πως όμως επιτυγχάνεται αυτό; Η τουριστική ανάπτυξη επιτυγχάνεται μέσα από την ανταγωνιστικότητα. Για να επιτευχθεί η ανταγωνιστικότητα χρειάζεται οι προορισμοί να διαφοροποιηθούν ως «προϊόντα» κάτι το οποίο το επιτυγχάνουν μέσα από τις υπηρεσίες και τις υποδομές τις οποίες προσφέρουν (Wilson και άλλοι, 2008 και Dimoska και Trimcev ,2012).

Έτσι και οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύσσονται ολοένα και περισσότερο στο τομέα του τουρισμού για αυτό όλο και περισσότερες περιοχές επενδύουν στην ανάπτυξη τους με στόχο την αύξηση των τουριστικών τους εισροών καθώς και την επιμήκυνση της τουριστικής τους περιόδου και τη βελτίωση των υπάρχουσών υποδομών τους. Σε ότι αφορά στον καταδυτικό τουρισμό, πολλές περιοχές ανά τον κόσμο έχουν επενδύσει σε αυτό το είδος τουρισμού δημιουργώντας καταδυτικά πάρκα. Η αρθρογραφία

μελέτα αυτό το είδος τουρισμού πραγματοποιώντας έρευνες σε περιοχές οι οποίες ανέπτυξαν καταδυτικό τουρισμό με στόχο να προσδιορίσουν το ρυθμό ανάπτυξης τους καθώς επίσης και τις επιπτώσεις σε περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

Σχετικά με τη δομή της εργασίας αυτή διαμορφώνεται ως εξής: στο πρώτο μέρος της εργασίας πραγματοποιείται η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Ειδικότερα, στο πρώτο μέρος εξετάζεται η διεθνής βιβλιογραφία ως προς την τοπική και τουριστική ανάπτυξη. Εν συνεχεία στο δεύτερο μέρος της εργασίας εξετάζονται οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα ο καταδυτικός τουρισμός. Ακολουθούν παραδείγματα προορισμών οι οποίοι εφάρμοσαν τον καταδυτικό τουρισμό σε διεθνές και Ευρωπαϊκό επίπεδο όπως επίσης και τι ισχύει επί Ελληνικού εδάφους. Εν συνεχεία ακολουθεί το κεφάλαιο της μεθοδολογίας. Το τρίτο μέρος της εργασίας αφορά τη μελέτη περίπτωσης. Στη πρώτη ενότητα εξετάζεται η Θάσος ως τουριστικός προορισμός ενώ η δεύτερη ενότητα αφορά την πρόταση ανάπτυξης καταδυτικού τουρισμού στο νησί. Σχετικά με τη πρόταση αυτή αφορά την δημιουργία καταδυτικού πάρκου στη περιοχή Σαλιάρα. Η συγκεκριμένη περιοχή ήδη από την αρχαιότητα αποτελούσε σημείο εξόρυξης μαρμάρου έτσι και η πρόταση που θα αφορά το πάρκο θα αφορά το μάρμαρο. Ειδικότερα στόχος είναι να χρησιμοποιηθούν λαξευμένοι όγκοι μαρμάρου προκειμένου να δημιουργηθούν έργα τέχνης και να βυθιστούν στη περιοχή. Η εργασία κλείνει με τη παράθεση των συμπερασμάτων.

2. ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 Εννοιολογικός προσδιορισμός:

Τι είναι τοπική ανάπτυξη; Ο Pike και άλλοι (2006) εντοπίζει την εμφάνιση του όρου ανάπτυξη στις απαρχές της εμφάνισης του καπιταλισμού και της τεχνολογικής εξέλιξης. Επίσης με τον όρο ανάπτυξη νοείται η εξέλιξη τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο μιας κοινωνίας με στόχο τη σταδιακή βελτίωση της (Wall 1997). Η ανάπτυξη διαφέρει από περιοχή σε περιοχή και πραγματοποιείται με διαφορετικούς ρυθμούς και από διαφορετικές ομάδες ανθρώπων. Για αυτό συναντά κανείς περιπτώσεις οι οποίες μιλούν είτε περιφερειακή είτε για τοπική ανάπτυξη προκειμένου να οριστεί αυτή η διαφορετική διάσταση την οποία μπορεί να πάρει. Επίσης η ανάπτυξη εντοπίζεται και σε διαφορετικούς τομείς (Pike και άλλοι, 2006). Πως όμως μετράμε την ανάπτυξη; Την ανάπτυξη τη μετράμε κυρίως με οικονομικές προσεγγίσεις όπως είναι το επίπεδο ανεργίας, το επίπεδο φτώχειας κ.α. και μέσα όμως και από το προσδιορισμό των κοινωνικών ανισοτήτων (Wall, 1997).

Για να επιτευχθεί όμως η ανάπτυξη και η ευημερία μιας κοινωνίας απαραίτητη προϋπόθεση είναι αυτή η κοινωνία να είναι παραγωγική προκειμένου να επιτευχθεί η οικονομική άνθιση. Σημαντικός παράγοντας αύξησης της παραγωγικότητας είναι και ο βαθμός ανταγωνιστικότητας μιας περιοχής. Έτσι μια περιοχή ανάλογα με το πόσο ανταγωνιστική είναι μπορεί να προσελκύσει και τις ανάλογες επενδύσεις. Συγκεκριμένα η πολιτική σταθερότητα, η δυνατότητα φοροαπαλλαγών, το εργατικό δυναμικό, η τεχνολογική εξέλιξη καθώς και η ίδια η τοποθεσία μιας περιοχής όλοι αυτοί οι παράγοντες είναι ικανοί να τη καταστήσουν ανταγωνιστική στο παγκόσμιο χάρτη (Porter, 2000).

Με τον όρο τοπικό ορίζουμε οποιαδήποτε ενέργεια η οποία πραγματοποιείται σε μια περιοχή από τον πληθυσμό της. Η ανάπτυξη σε ένα τόπο ταυτίζεται με την άνθιση της οικονομίας του. Ειδικότερα με την αύξηση της παραγωγικότητας η οποία ως αποτέλεσμα έχει την αύξηση των εισοδημάτων του πληθυσμού και κατ' επέκταση τη βελτίωση του βιοτικού του επιπέδου (Coffey και Polese 2007). Οι Coffey και Polese (1984) θέλοντας να ορίσουν την ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο την κατηγοριοποιούν σε δύο τομείς. Πρώτον σε χωρικό, όπου η ανάπτυξη θεωρείται ότι επιτυγχάνεται σε μια περιοχή συγκεκριμένης γεωγραφικής έκτασης μέσα στην οποία πραγματοποιείται οποιαδήποτε ενέργεια η οποία μπορεί να την επιφέρει. Δεύτερον σε επίπεδο τοπικών παραγόντων, με το οποίο νοείται η συνεργασία τοπικών φορέων τόσο σε περιφερειακό όσο και σε τοπικό επίπεδο προκειμένου να επιτευχθεί η ενδογενής ανάπτυξη είτε από πάνω προς τα κάτω είτε από κάτω προς τα πάνω.

Τι συμβαίνει όμως αν εξετάσουμε τη τοπική κοινωνία μιας νησιωτικής περιοχής; Εφόσον η μελέτη περίπτωσης πρόκειται να εξεταστεί μια νησιωτική περιοχή καλό θα ήταν παρουσιαστεί το πώς διαμορφώνεται η ανάπτυξη σε μια τέτοια περιοχή έτσι παρατηρείται το εξής. Τα μικρά νησιά λογίζονται ως υψηλά και δυναμικά συστήματα για αυτό και οι αλλαγές σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο γίνονται πιο εύκολα αντιληπτές. Οι τοπικές κοινωνίες των νησιών λόγω της απομόνωσης τους «εξαιρούνται» κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών. Σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο οι αλλαγές στη δομή της κοινωνίας (π.χ. μετανάστευση) μπορεί να οδηγήσουν σε κρίση της οικονομίας καθώς η κοινωνία χάνει το δυναμισμό της. Σε περιβαλλοντικό επίπεδο η αύξηση του πληθυσμού μπορεί να οδηγήσει στην κατασπατάληση των φυσικών πόρων ή και αντίθετα η μείωση του πληθυσμού δημιουργεί κλίμα εγκατάλειψης. Σημαντική επίσης είναι και η τεχνολογική εξέλιξη δημιουργώντας πρόσφορο έδαφος για βελτίωση των μεταφορών και κατ' επέκταση τη βελτίωση της καθημερινής ζωής, ενίσχυση της οικονομίας και της ανταγωνιστικότητας. (Cocossis 2006).

2.2 ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ:

Τα τελευταία 25 χρόνια μπροστά από την λέξη ανάπτυξη προστίθενται και ο επιθετικός προσδιορισμός βιώσιμη. Όχι μόνο για οριστεί η περιβαλλοντική αλλά και η επιτυχημένη και ταχεία ανάπτυξη σε όλους τους τομείς μιας κοινωνίας. Τι σημαίνει όμως βιωσιμότητα; Και πως αυτή ορίζεται; Με οικολογικούς όρους η βιωσιμότητα ορίζεται από τις ενέργειες του ανθρώπου μέσα στο φυσικό περιβάλλον και την αλληλεπίδραση του με αυτό (Lele,1991). Το 1992 είναι η χρονιά κατά την οποία στο συνέδριο περιβάλλοντος του Ρίο εδραιώνεται ο όρος η βιώσιμη ανάπτυξη. Το 1987 ο Harlem Brundtland ως τότε πρωθυπουργός της Νορβηγίας προεδρεύει στην επιτροπή εξέτασης των Ηνωμένων Εθνών με σκοπό τον προσδιορισμό της μόλυνσης του περιβάλλοντος και τις επιπτώσεις του στην οικονομία και στην κοινωνία τόσο των ανεπτυγμένων όσο και αναπτυσσόμενων χωρών. Μέσα από τη συγκεκριμένη μελέτη προέκυψε και ο ποιο συνηθισμένος όρος για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Έτσι σύμφωνα με τον Brundtland «Η ανάπτυξη συναντά τις ανάγκες των τωρινών γενεών χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να συναντήσουν τις δικές τους». (United Nations 2010). Συγκεκριμένα η ποιότητα του περιβάλλοντος είναι συνυφασμένη με την οικονομική ανάπτυξη έχοντας και τις ανάλογες επιπτώσεις σε αυτή. Σχεδιάζοντας τη περιβαλλοντική πολιτική μιας περιοχής εξασφαλίζεται η διαχείριση των πόρων της συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της (Vliamos 2006). Περνώντας σε κοινωνικό επίπεδο θα λέγαμε ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι ο στόχος μιας κοινωνίας να αναπτυχθεί (Lele 1991). Έτσι και η βιώσιμη ανάπτυξη διαφέρει από περιοχή σε περιοχή και ορίζεται και επιτυγχάνεται διαφορετικά ανάλογα με το μέγεθος της. Αλλιώς ορίζεται η ανάπτυξη ενός έθνους και αλλιώς μιας τοπικής κοινωνίας μέσα σ' αυτό. Ο Berke (2002), εντοπίζει τον όρο για την βιώσιμη τοπική ανάπτυξη μέσω της προσπάθειας μιας κοινωνίας για μακροπρόθεσμη ευημερία σε όλους τους τομείς. Άλλος ένας προσδιορισμός του όρου παρουσιάζει τη βιώσιμη ανάπτυξη κατανεμημένη σε τρεις τομείς κοινωνία, οικονομία και περιβάλλον. Ειδικότερα η οικολογική αντίληψη η οποία επιτάσσει τη διατήρηση της βιοποικιλότητας. Η κοινωνική αντίληψη η οποία επιτάσσει τη διασφάλιση των αρχών της κοινωνίας των πολιτών. Και η οικονομική αντίληψη μέσω της οποίας διασφαλίζεται η παγκόσμια κάλυψη των αναγκών (Robinson και Tinker, 1997, Newman και Dale, 2005, Giddings και άλλοι, 2002). Ωστόσο στο σεμινάριο για τη βιώσιμη ανάπτυξη το 2000 εκφράστηκε η αντίθεση σχετικά με τον όρο υποστηρίζοντας πως η έννοια στερείται ανάλυσης (Giddings και άλλοι, 2002).

Ο Haughton (1999), μέσα από το άρθρο του προσδιορίζει τις αρχές με από τις οποίες μπορεί να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη ισότιμα σε όλους τους τομείς. Πρώτον, «ισότητα μεταξύ γενεών» δηλαδή η

εξασφάλιση των μέλλοντος των επόμενων γενεών. Δεύτερον, «ενδογενής ισότητα» συγκεκριμένα η ύπαρξη ισότητας μεταξύ των κοινωνικών ομάδων. Τρίτον, «γεωγραφική ισότητα» κυρίως σε επίπεδο παγκόσμιας περιβαλλοντικής πολιτικής προκείμενου να εφαρμοστούν νόμοι προστασίας του περιβάλλοντος. Και τέταρτον, «διαδικαστική ισότητα» και συγκεκριμένα η ίση αντιμετώπιση όλων των ανθρώπων μέσω συμμετοχικών και κανονιστικών διαδικασιών.

Σε τοπικό επίπεδο και σε επίπεδο σχεδιασμού προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη χρειάζεται ενθάρρυνση των επιχειρήσεων προκειμένου να υιοθετήσουν πολιτικές περιβαλλοντικής προστασίας, όπως επίσης και στη προσέλκυση επιχειρήσεων φιλικές προς το περιβάλλον. Κάτω από τη χάραξη πολιτικών προστασίας χωρίς την διακινδύνευση των τοπικών επιχειρήσεων (Gibbs και άλλοι, 1996).

3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ:

Τι είναι τουρισμός; Και πότε εμφανίζεται ως φαινόμενο; Σύμφωνα με το παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ως ταξίδι ορίζεται «η ταξιδιωτική δραστηριότητα κατά την οποία ο ταξιδιώτης κινείται σε διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες με διαφορετική συχνότητα για οποιοδήποτε σκοπό» ενώ ως ταξιδιώτη ορίζει «το άτομο το οποίο πηγαίνει σε ένα προορισμό εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος στο οποίο συνήθως κινείται, για λιγότερο από ένα χρόνο για οποιοδήποτε σκοπό εκτός της εργασίας και της μόνιμης διαμονής» (παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού, 2010). Ήδη από τα Ρωμαϊκά χρόνια έχουμε την μετακίνηση για ιατρικούς και θεραπευτικούς σκοπούς (Towner, 1995). Ο 17^{ος} αι. είναι η περίοδος κατά την οποία κατασκευάζονται τα πρώτα σπα στα οποία πηγαίνουν άτομα των υψηλών τάξεων για ιατρικούς λόγους αλλά και για αναψυχή. Εκείνη την εποχή κάνει την εμφάνιση του και το Grand Tour. Ουσιαστικά ήταν ένα εκπαιδευτικό ταξίδι το οποίο διαρκούσε τρία χρόνια και σε αυτό συμμετείχαν επιχειρηματίες, ακαδημαϊκοί και φοιτητές. Στόχος του ταξιδιού ήταν η μάθηση, η ανακάλυψη νέων τόπων και πολιτισμών και η επαφή με άτομα διαφορετικής κουλτούρας. Οι περιοχές τις οποίες επισκέπτονταν ήταν το Παρίσι, η Ρώμη, η Φλωρεντία, οι Κάτω χώρες, η Ελβετία, το Μιλάνο και η Βενετία (Porges 1981, Towner 1985 Keyser 2002). Ο 19^{ος} αιώνας ανατέλλει και οι γιατροί παροτρύνουν τον κόσμο να επισκεφθεί τα σπα (σημείωση, ως εκείνη την εποχή η έκθεση του γυμνού σώματος θεωρούνταν απρέπεια). Ως αποτέλεσμα κατασκευάζονται τα πρώτα παραθαλάσσια κέντρα (σημερινά resort) τα οποία θα γίνουν γνωστά ως χώροι ευεξίας και κοινωνικής συναναστροφής.

Με τη βιομηχανική επανάσταση έρχονται και οι αλλαγές στην οικονομία, τον τρόπο ζωής και τις μετακινήσεις. Έτσι η οικονομία από αγροτική γίνεται βιομηχανική, οι άνθρωποι μετακινούνται από την ύπαιθρο στις πόλεις ενώ κατασκευάζονται και τα πρώτα τρένα όπως και τα πρώτα ατμοκίνητα πλοία. Δίνεται λοιπόν το μέσον για γρήγορη μετακίνηση. Ωστόσο οι συνθήκες και οι ώρες εργασίας δεν ευνοούν τη ανάπτυξη τουρισμού για τις «κατώτερες τάξεις». Εκείνη την εποχή εμφανίζονται και οι πρώτοι ταξιδιωτικοί πράκτορες. Με πιο σημαντικό τον Thomas Cook ο οποίος προσφέρει τα πρώτα ολοκληρωμένα πακέτα διακοπών. Έτσι οργανώνει και το πρώτο ταξίδι στην βόρεια Αμερική. Ενώ μειώνει το κόστος των ταξιδιών, ναυλώνει πλοία και κάνει κρατήσεις σε ολόκληρα ξενοδοχεία. Επίσης παρέχει ταξιδιωτικές πληροφορίες στους ταξιδιώτες. Ο 20^{ος} αι. έρχεται με σημαντικές κοινωνικές εξελίξεις, δύο παγκοσμίους πολέμους και τεχνολογική ανάπτυξη. Εκείνη την εποχή δημιουργούνται τα πρώτα εργατικά σωματεία διεκδικώντας τα δικαιώματα των εργατών. Ενώ από το 1930 και μετά παραχωρούνται και οι πρώτες άδειες.

Σε τεχνολογικό επίπεδο ξεκινούν οι πρώτες αεροπορικές μετακινήσεις ενώ και το αυτοκίνητο είναι πλέον γεγονός προσφέροντας άνετη και γρήγορη μετακίνηση. Τη δεκαετία του 70 σημειώνεται έκρηξη του τουρισμού ωστόσο τη δεκαετία του 80 εξαιτίας της κρίσης στη Μέση Ανατολή θα σημειωθεί κάμψη στο τουριστικό κλάδο. Κάτι που θα ξεπεραστεί από το 90 και έπειτα. Έτσι με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου και την μείωση των αποστάσεων ξεκινούν και οι μαζικές τουριστικές μετακινήσεις. Με τον τουρισμό να σημειώνει εντυπωσιακή αύξηση μέχρι σήμερα (Keyser,2002).

3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ:

Προσδιορισμός τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής:

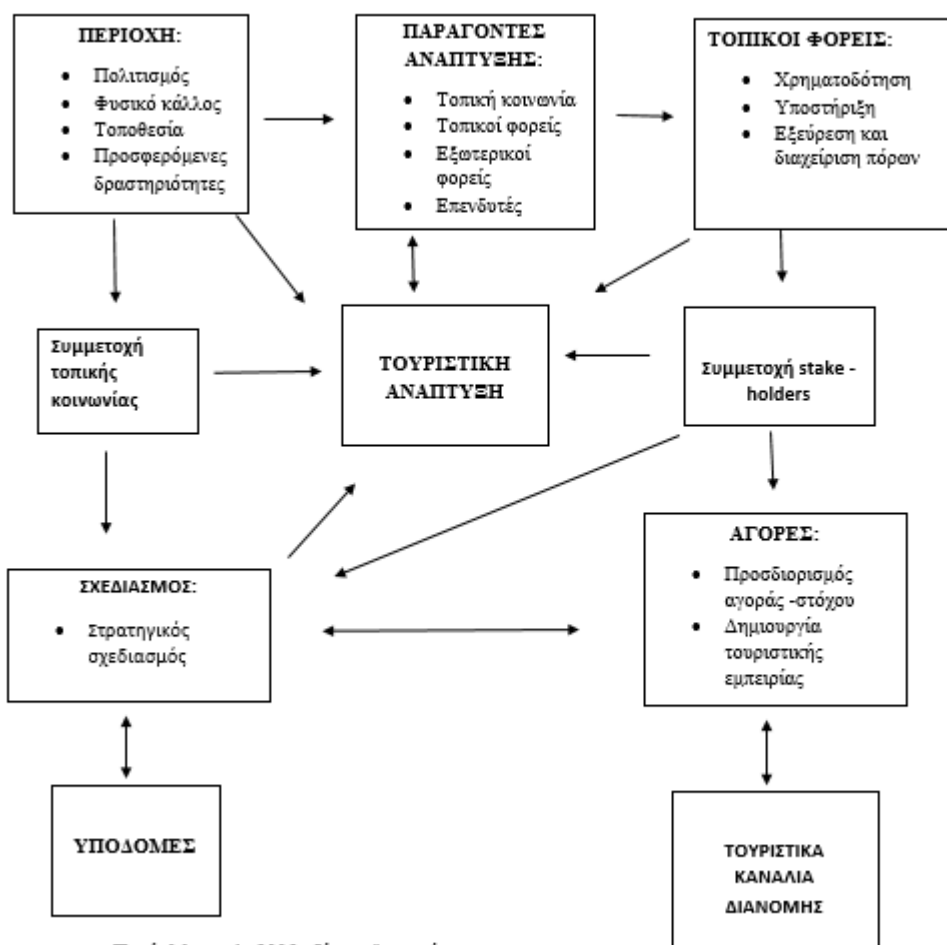
Η τουριστική ανάπτυξη πολύ συνοπτικά μπορεί να προσδιοριστεί μέσα από τρεις παράγοντες. Πρώτον τη δυνατότητα επάρκειας χρόνου και χρήματος τα οποία επιτρέπουν στο άτομο να ταξιδεύει. Δεύτερον την εύκολη μετακίνηση και συγκεκριμένα τα επαρκή και αξιόπιστα μέσα μαζικής μεταφοράς όπως επίσης και την ύπαρξη ανάλογων υποδομών. Και τρίτον το κίνητρο για ταξίδι δηλαδή η διάθεση για αναψυχή (Keyser 2002).

Προκειμένου να ορίσουμε τη τουριστική ανάπτυξη σε ένα τόπο, αυτή ορίζεται μέσα από τη συνεισφορά της στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής προσμετράτε μέσω των τουριστικών ροών και των καταναλώσεων τους (Sessa 1988). Για να επιτευχθεί όμως η τουριστική ανάπτυξη σε ένα τόπο χρειάζονται και οι ανάλογες υποδομές ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των τουριστών (Liu 2003). Επίσης η αύξηση της τουριστικής εισροής επηρεάζει διαφόρους τομείς είτε σε κοινωνικό είτε οικονομικό είτε σε περιβαλλοντικό επίπεδο. Ειδικότερα, κύριος στόχος των προορισμών είναι να πείσουν τους τουρίστες να παραμείνουν περισσότερο στη περιοχή, να ξοδέψουν χρήματα κατά τη διάρκεια παραμονής τους και να επιστρέψουν και πάλι στο μέλλον. Έτσι για να επιτευχθούν τα παραπάνω οι προορισμοί προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα τα οποία προσφέρουν υψηλής ποιότητας αξιοθέατα συνδυασμένα με τουριστικές υπηρεσίες. Για να θεωρηθεί ένα πακέτο επιτυχημένο χρειάζεται η συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Με αυτό το τρόπο προβάλλεται ο προορισμός ολόκληρωτικά δηλαδή και η ίδια η περιοχή αλλά και οι επιχειρήσεις και κατ' επέκταση ολόκληρη η τοπική κοινωνία. Συγκεκριμένα απαιτείται στρατηγικός σχεδιασμός ώστε να επιτευχθεί η τουριστική ανάπτυξη σε μια περιοχή. Έτσι προσδιορίζονται οι ενέργειες τις οποίες θα ακολουθήσουν οι υπεύθυνοι φορείς μιας περιοχής με στόχο να αυξήσουν την επισκεψιμότητα της. Οι ενέργειες αυτές μπορεί να είναι α) προβολής όπως είναι ο σχεδιασμός φυλλαδίων, ιστοσελίδων κλπ., β) κατασκευής ανάλογων υποδομών, γ) βελτιστοποίησης καθαρού και φιλικού περιβάλλοντος, δ) υποστήριξης των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων, και ε) δημιουργίας ειδικών γεγονότων και δραστηριοτήτων. Μέσω ενός καλού σχεδιασμού επιτυγχάνεται η σωστή διαχείριση πόρων, η εξεύρεση χρηματοδοτήσεων, η προβολή καθώς επίσης και η επιχειρηματική συμμετοχή. Όμως για να δημιουργηθεί πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη τουρισμού σημαντικό είναι να υπάρχει θέληση από μέρους της τοπικής κοινωνίας. Σημαντικός παράγοντας του τουρισμού είναι η

φιλοξενία. Για τον τουρίστα σημαντικό ρόλο παίζει ο τρόπος αντιμετώπισης του από τους κατοίκους και τους επιχειρηματίες της περιοχής. Αν το περιβάλλον είναι φιλόξενο όχι μόνο θα επισκεφθεί ξανά την περιοχή αλλά θα την προτείνει και σε άλλους (Wilson και άλλοι, 2008).

Όλα τα παραπάνω καθιστούν μια περιοχή ανταγωνιστική τουριστικά. Ένας τουριστικός προορισμός για να θεωρηθεί τουριστικά ανεπτυγμένος και ανταγωνιστικός πρέπει από τη μια να μπορεί να ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών προσφέροντας μια ολοκληρωμένη εμπειρία (υπηρεσίες, δραστηριότητες, υποδομές κ.α.) και από την άλλη να συμβάλει και στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου. Πιο αναλυτικά, πρωταρχικό ρόλο για να γίνει ένας τουριστικός προορισμός ανταγωνιστικός είναι ο βαθμός ελκυστικότητας του δηλαδή τι περιβάλλον έχει, τι κλίμα, αν έχει πολιτιστικό ενδιαφέρον, αν προσφέρονται δραστηριότητες, αν είναι ικανοποιητικές οι προσφερόμενες υπηρεσίες κ.α.. Εν συνεχεία σημαντική κρίνεται και η ύπαρξη πόρων. Όπου σαν πόροι νοούνται οι υποδομές, η εύκολη προσβασιμότητα, η ύπαρξη δημόσιων μεταφορικών μέσων κ.α.. Πως όμως ένας προορισμός μπορεί να προβάλει και διαχειριστεί όλα αυτά τα χαρακτηριστικά; Μέσω του destination management ένας προορισμός μπορεί να ενισχύσει το επίπεδο προβολής του, να βελτιώσει το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών, να βελτιώσει και να διαχειριστεί τους πόρους του. Έτσι ο προορισμός μέσω του σχεδιασμού καθορίζει που θέλει να τοποθετηθεί ως «προϊόν» στις αγορές, πιο είναι το όραμα του, να καθορίσει σε πια κανάλια διανομής θα διοχετεύσει το προϊόν του και τέλος να παρακολουθήσει και να αξιολογήσει τα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης και κατά πόσο αυτή έχει επιτευχθεί (Dimoska και Trimcev 2012).

Πίνακας 1.



Πηγή: Moscardo, 2005, ίδια επεξεργασία.

Στο παραπάνω σχεδιάγραμμα απεικονίζεται σχηματικά η τουριστική ανάπτυξη σε μια περιοχή. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη κατέχει η ίδια περιοχή και συγκεκριμένα τα χαρακτηριστικά τα οποία την διακρίνουν όπως είναι το πολιτιστικό υπόβαθρο, το φυσικό κάλλος κ.α. δηλαδή όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία θα την καταστήσουν ελκυστική προς το ενδιαφερόμενο κοινό. Στη συνέχεια προκειμένου η περιοχή να γίνει ανταγωνιστική στην αγορά απαιτείται η συνεργασία μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Ουσιαστικά σημαντική κρίνεται η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας αλλά και των stake holders (π.χ. τοπικές αρχές) προκειμένου να προσελκυστούν επενδύσεις. Για να προσελκυστούν επενδύσεις και να βγει μια περιοχή στις αγορές χρειάζεται και σχεδιασμός από πλευράς συμμετοχικών ομάδων. Μέσω του σχεδιασμού η περιοχή αυξάνει την ανταγωνιστικότητα της και προσδιορίζει σε ποια κανάλια διανομής θα απευθυνθεί

(Moscardo 2005). Συνοψίζοντας για να κερδίσει ένας προορισμός μια θέση στην τουριστική βιομηχανία και να καταφέρει να αναπτυχθεί τουριστικά θα πρέπει να διαφοροποιηθεί σε σχέση με άλλους, να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα του, να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, να καταφέρει να δημιουργήσει ένα brand name, να αποκτήσει πρόσβαση σε διεθνείς αγορές και να αποκτήσει υψηλής ποιότητας διαφήμιση (Dimoska - Trimcev 2012 και Moscardo,2005).

3.3 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ:

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (2005) ορίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ως:

«Ο τουρισμός πρέπει να λαμβάνει υπόψιν του τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, απευθυνόμενος στις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινωνιών».

Ο Lane (1994) μιλά για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη η οποία όπως υποστηρίζει στόχο έχει την μείωση των επιπτώσεων από τα τουριστικά «κύματα» όπως είναι οι καταστροφές του περιβάλλοντος και την αύξηση της ικανοποίησης των τουριστών όπως και την οικονομική άνθιση των περιοχών. Έτσι όπως ισχυρίζεται επιτυγχάνεται μια ισορροπία μέσω της οποίας να μην αυξάνεται η τουριστική ροή σε μια περιοχή αλλά με τις λιγότερες δυνατές επιπτώσεις. Ο Tosun (1998) προσδιορίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μέσα από τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων και τη ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Το 1990 είναι η χρονιά κατά την οποία η τουριστική βιομηχανία θα βιώσει τεράστια οικονομική κρίση. Η κρίση προκλήθηκε εξαιτίας του πολέμου του Κόλπου όπου ως αποτέλεσμα είχε την μείωση του τουρισμού στη Μέση Ανατολή και τη στροφή του σε άλλες περιοχές (Keyser, 2002). Η κρίση αυτή επίσης θα δώσει το έναυσμα για να ενταθεί ο μαζικός τουρισμός. Η αλλαγή αυτή έχει ως αποτέλεσμα την αναδιοργάνωση της τουριστικής βιομηχανίας και συγκεκριμένα τη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων και πακέτων. Ενώ εισάγονται και νέοι προορισμοί (Vliamos 2006). Ειδικότερα σε ότι αφορά τον μαζικό τουρισμό εμφανίστηκε κυρίως σε παραθαλάσσιες περιοχές όπου προβάλλοντας το μοντέλο ήλιος – θάλασσα κατάφεραν να ενταχθούν στο τουριστικό χάρτη και να αυξήσουν σημαντικά τα ποσοστά επισκεψιμότητας τους. Ωστόσο ο μαζικός τουρισμός οδηγεί σε παραμέληση της ποιότητας των υπηρεσιών και των υποδομών εγκαταλείποντας τη προοπτική για βιώσιμη ανάπτυξη όπως επίσης και την προοπτική ανάπτυξης οποιασδήποτε άλλης μορφής τουρισμού (Benur και Bramwell 2015). Έτσι όλη αυτή η αναδιοργάνωση της τουριστικής βιομηχανίας ήταν και ο κύριος λόγος την οδήγησε στην κρίση. Αυτή η αλλαγή και η μετάβαση στη μαζικότητα ήταν που οδήγησε την αύξηση του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον και τη μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού (Vliamos 2006).

Ο Hunter (1997) εντοπίζει τέσσερα μοντέλα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Το πρώτο αναφέρεται στην αναγκαιότητα της τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα σε περιοχές οι οποίες δεν είναι αναπτυγμένες οικονομικά ο τουρισμός έρχεται ως μέσο βελτίωσης της τοπικής οικονομίας και εκμετάλλευσης των φυσικών πόρων. Το δεύτερο μοντέλο αναφέρεται στην τουριστική ανάπτυξη ως προϊόν. Συγκεκριμένα

εφαρμόζεται σε περιοχές οι οποίες έχουν ανεπτυγμένη τουριστική δραστηριότητα και ο τουριστικός κλάδος βελτιώνεται προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα και κατ' επέκταση και η οικονομία. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της ενίσχυσης της εικόνας και της ελκυστικότητας δηλαδή μέσω της βελτίωσης τόσο του φυσικού όσο και του πολιτιστικού περιβάλλοντος. Σημαντική είναι και η δημιουργία υποδομών. Το τρίτο μοντέλο αναφέρεται στην τουριστική ανάπτυξη στηριζόμενη στο περιβάλλον. Εφαρμόζεται κυρίως σε περιοχές που δεν έχουν ανεπτυγμένη τουριστική δραστηριότητα. Συγκεκριμένα μέσω της προώθησης πολιτικών και δραστηριοτήτων δίνεται το έναυσμα να αναπτυχθεί τουρισμός άμεσα συνυφασμένος με το περιβάλλον όπως είναι ο οίκο-τουρισμός. Και το τέταρτο και τελευταίο μοντέλο αναφέρεται στη «θυσία» του τουρισμού προκειμένου να προστατευτεί το φυσικό περιβάλλον. Έτσι εφαρμόζονται πολιτικές προστασίας των οικοσυστημάτων και των ειδών σε μια περιοχή. Το συγκεκριμένο μοντέλο εφαρμόζεται σε περιοχές που στερούνται τουριστικής δραστηριότητας. Ή ακόμα και σε περιοχές όπου κρίνεται αναγκαίο να περιοριστεί ο τουρισμός ώστε να προστατευτεί το περιβάλλον όπως είναι ο μεγάλος κοραλλιογενής ύφαλος της Αυστραλίας.

Πως όμως επιτυγχάνεται η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη; Μέσω της εδραίωσης μιας ενιαίας τουριστικής πολιτικής σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Μέσω του σχεδιασμού στο οποίο θα προβλέπεται η συμμετοχή τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα με την εφαρμογή στρατηγικών που ως στόχο έχουν τη διαχείριση του τουρισμού. Ακόμη αναγνωρίζοντας ποια είναι τα όρια της ανάπτυξης επιτυγχάνεται η μακροχρόνια παρακολούθηση της με στόχο τη βελτίωση τόσο του ανθρώπινου όσο και του φυσικού περιβάλλοντος, προάγοντας τη προστασία του (Wahab - Pigram 1997, και Keyser 2002). Συγκεκριμένα οι υφιστάμενοι πόροι μιας περιοχής βελτιώνονται και συντηρούνται προκειμένου να χρησιμοποιηθούν τόσο από τους επισκέπτες όσο και από τους κατοίκους αλλά και από τις μελλοντικές γενιές. Ακόμη προκειμένου ένας προορισμός να συνεχίσει να αναπτύσσεται τουριστικά σημαντικό είναι οι υποδομές, οι παροχές, οι προσφερόμενες υπηρεσίες κ.α. να διαχειρίζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην υποβαθμίζουν το περιβάλλον. Έτσι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να διακριθεί ανάλογα με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στους επισκέπτες, σε σχέση με το βαθμό βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου της κοινωνίας, ανάλογα με τη συντήρηση και διάσωση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και ανάλογα με τη εξισορρόπηση των προσδοκιών μεταξύ κατοίκων και τουριστών (Keyser 2002).

Συνοψίζοντας οι πρώτες προσεγγίσεις οι οποίες αφορούν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη τοποθετούσαν στο κέντρο της το περιβάλλον αργότερα όμως και συγκεκριμένα με την είσοδο του 21^{ου} αι. αυτές οι προσεγγίσεις άλλαξαν εντάσσοντας στο μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης παράλληλα με το

περιβάλλον όπως και άλλα κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά προαπαιτούμενα. Άρα η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει τόση περιβαλλοντική όσο και κοινωνικό – πολιτιστική και οικονομική σημασία για ένα τόπο. Η ανάπτυξη αυτών των στοιχείων βελτιώνει τη τουριστική εμπειρία (Mason, 2003).

Θέλοντας να συνδέσουμε την τοπική ανάπτυξη με τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού θα λέγαμε ότι υποστηρίζεται από τη διεθνή βιβλιογραφία και αρθρογραφία η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών σε τοπικό επίπεδο (Isaac, 2010). Σύμφωνα με τον Clarke (1997) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «ταυτίζονται» με τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Έτσι από το μαζικό τουρισμό περνάμε στον εναλλακτικό τουρισμό. (απότομα σταματάς)

3.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ:

Σήμερα τα 1,13 δισεκατομμύρια κάτοικοι του πλανήτη ταξιδεύουν ως τουρίστες. Ξεκινώντας από τα 25 εκατομμύρια το 1950 φτάσαμε στο 1,13 δις το 2014 με τη τουριστική κίνηση να αυξάνεται συνεχώς. Όπως φαίνεται και στη παραπάνω φωτογραφία ο τουρισμός κατέχει το 9% του παγκόσμιου ακαθάριστου προϊόντος. Ο τουρισμός είναι η τέταρτη σε σειρά παραγωγής πλούτου στο κόσμο μετά τα πετρέλαια, τα χημικά και το φαγητό. Σε ότι αφορά την εργασία ένας στους έντεκα εργάζεται στο τουριστικό τομέα. Ενώ σε ότι αφορά τις εξαγωγές αυτές αγγίζουν το 1,5 τρισεκατομμύριο και συγκεκριμένα το 6% ενώ σε επίπεδο εξαγωγής υπηρεσιών ο τουρισμός κατέχει το 30%. Ουσιαστικά στην εικόνα παρουσιάζεται συνοπτικά το μερίδιο της τουριστικής βιομηχανίας στη παγκόσμια αγορά ([world tourism organization,2015](#))



εικόνα 1, πηγή: world tourism organization,2015

	International Tourist Arrivals (million)							Market share (%)	Change (%)			Average annual growth (%)
	1990	1995	2000	2006	2010	2013	2014*		12/11	13/12	14*/13	
World	435	527	674	809	949	1,087	1,133	100	4.2	4.6	4.3	3.8
Advanced economies¹	296	336	420	466	513	586	619	54.7	4.0	4.7	5.8	3.2
Emerging economies¹	139	191	253	343	435	501	513	45.3	4.4	4.5	2.4	4.6
By UNWTO regions:												
Europe	261.5	304.7	386.4	453.0	488.9	566.4	581.8	51.4	3.9	4.9	2.7	2.8
Northern Europe	28.7	36.4	44.8	59.9	62.8	67.4	71.3	6.3	1.5	2.9	5.9	2.0
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	170.8	174.5	15.4	3.6	2.8	2.2	2.3
Central/Eastern Europe	33.9	58.1	69.3	95.1	98.4	127.3	121.1	10.7	9.1	7.7	-4.9	2.7
Southern/Medit. Europe	90.3	98.0	132.6	158.4	173.3	201.0	214.9	19.0	1.9	5.6	6.9	3.6
- of which EU-28	230.1	268.0	330.5	367.9	384.3	433.8	455.1	40.2	3.0	4.0	4.9	2.4
Asia and the Pacific	55.8	82.1	110.3	154.0	205.4	249.8	263.3	23.2	6.9	6.8	5.4	6.1
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	85.9	111.6	127.0	136.3	12.0	6.0	3.4	7.3	5.3
South-East Asia	21.2	28.6	36.3	49.0	70.6	94.3	96.7	8.5	8.7	11.3	2.6	7.9
Oceania	5.2	8.1	9.6	10.9	11.4	12.6	13.2	1.2	4.2	4.6	5.7	2.1
South Asia	3.1	4.2	6.1	8.1	12.0	16.0	17.1	1.5	5.9	11.4	6.8	8.6
Americas	92.8	109.1	128.2	133.3	150.1	167.5	181.0	16.0	4.5	3.1	8.0	3.5
North America	71.8	80.7	91.5	89.9	99.6	110.2	120.4	10.6	4.1	3.6	9.2	3.3
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.6	21.1	22.4	2.0	3.1	2.8	6.2	2.0
Central America	1.9	2.6	4.3	6.3	7.9	9.1	9.6	0.8	7.3	2.6	5.6	4.8
South America	7.7	11.7	15.3	18.3	23.1	27.1	28.6	2.5	6.3	1.5	5.4	5.1
Africa	14.7	18.7	26.2	34.8	49.5	54.4	55.7	4.9	4.8	4.7	2.4	5.4
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	18.8	19.6	19.8	1.7	8.7	6.0	0.9	4.0
Subsaharan Africa	6.3	11.6	16.0	20.9	30.8	34.7	35.9	3.2	2.8	4.1	3.3	6.2
Middle East	9.6	12.7	22.4	33.7	54.7	48.4	51.0	4.5	-5.3	-3.1	5.4	4.7

Sources: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO May 2016)

¹ Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 160, at www.imf.org/external/na/na.aspx?id=29.

πίνακας 2, πηγή: world tourism organization,2015

Πως όμως διαχέεται παγκόσμια ο τουρισμός και ποιες ήπειροι έχουν τη μεγαλύτερη τουριστική εισροή; Έτσι μπορεί ο τουρισμός να κατέχει σημαντικό μέρος της παγκόσμιας οικονομίας δεν μοιράζεται όμως ισότιμα σε όλες τις ηπείρους. Όπως φαίνεται από την εικόνα 2 πρώτη σε προτίμηση έρχεται η Ευρωπαϊκή ήπειρος με 582 εκατομμύρια τουρίστες αντί των 567 εκατομμυρίων το 2013. Με μέσο όρο ανάπτυξης από το 2006 έως το 2014 3,2% για τις αναπτυγμένες οικονομίες και 4,6% για τις αναπτυσσόμενες ή οικονομίες με χαρακτηριστικά αναπτυσσόμενης οικονομίας. Επίσης τη μεγαλύτερη προτίμηση επί Ευρωπαϊκού εδάφους φαίνεται να έχουν οι νότιες περιοχές της. Ειδικότερα από το 1990 έως σήμερα ο τουρισμός της Ευρώπης αυξήθηκε κατά 122% ανάγοντας τη γηραιά ήπειρο στο δημοφιλή τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Δεύτερη σε κατάταξη έρχεται η Ασία με 264 εκατομμύρια τουρίστες. Ενώ από το 1990 έως το 2014 κατά 371%. Η περιοχή της Ασίας εντάσσεται στις αναπτυσσόμενες οικονομίες και αυτό που παρατηρείται στο πίνακα είναι ότι από το 2005 και μετά φαίνεται το ενδιαφέρον των τουριστών για τις Ασιατικές περιοχές να αυξάνεται ([world tourism organization,2015](#)). Αυτό οφείλεται κυρίως στην αλλαγή του ενδιαφέροντος των τουριστών των ανεπτυγμένων οικονομιών προς τις αναπτυσσόμενες, η εμφάνιση low – cost εταιρειών η οποίες προσφέρουν φθηνότερες υπηρεσίες αερομεταφοράς, το γεγονός ότι ο

πληθυσμός των αναπτυσσόμενων χωρών γερνάει άρα οι επιλογές του είναι πιο συγκαταβατικές και σημαντική επίσης είναι και η επίδραση του διαδικτύου στο τρόπο οργάνωσης των διακοπών των τουριστών. Μέσω του διαδικτύου αποκτούν πρόσβαση σε ένα μεγάλο δίκτυο πληροφοριών μέσω του οποίου μπορούν να σχεδιάσουν τις διακοπές τους όπως εκείνοι επιθυμούν εύκολα και στο μικρότερο δυνατό χρόνο (Tretheway - Mak 2005). Έτσι αυτή η μεταστροφή του ενδιαφέροντος φέρνει τρίτη σε σειρά την Αμερικανική ήπειρο με 181 εκατομμύρια αφίξεις και ρυθμό αύξησης από το 1990 έως το 2014 95%. Ενώ μικρότερο μέρος φαίνεται να έχουν η Αφρική και Μέση Ανατολή με 58 και 51 εκατομμύρια τουρίστες και ρυθμό αύξησης από το 1990 έως το 2014 287% και 410% αντίστοιχα και αυτό οφείλεται στη κοινωνική κατάσταση των συγκεκριμένων περιοχών.

	International Tourism Receipts				Market share (%)	Receipts (US\$)			Receipts (euro)		
	Local currencies, constant prices (% change)					(billion)	per arrival	(billion)	per arrival		
	11/10	12/11	13/12	14*/13							
World	4.6	3.9	5.1	3.7	100	1,197	1,245	1,100	902	937	830
Advanced economies¹	5.8	3.7	5.7	3.2	65.5	784	815	1,320	590	614	990
Emerging economies¹	2.5	4.4	4.0	4.6	34.5	413	430	840	311	324	630
By UNWTO regions:											
Europe	5.0	1.9	4.2	3.6	40.9	491.7	508.9	870	370.2	383.1	660
Northern Europe	2.6	3.3	7.6	6.3	6.5	74.8	80.8	1,130	56.3	60.9	850
Western Europe	4.0	2.9	2.2	1.5	13.7	167.1	171.1	980	125.8	128.8	740
Central/Eastern Europe	6.5	4.4	3.5	-0.8	4.6	60.3	57.7	480	45.4	43.5	360
Southern/Medit. Europe	6.2	-0.4	4.8	6.2	16.0	189.5	199.2	930	142.7	150.0	700
- of which EU-28	4.2	1.5	3.9	3.7	33.9	406.3	422.6	930	305.2	318.1	700
Asia and the Pacific	8.6	6.7	8.6	4.1	30.3	360.7	376.8	1,430	271.6	283.6	1,080
North-East Asia	9.2	8.0	9.3	5.1	15.9	184.9	198.1	1,450	139.2	149.1	1,090
South-East Asia	13.3	10.7	10.8	0.4	8.6	108.2	106.8	1,100	81.5	80.4	830
Oceania	-3.6	-1.9	2.4	7.2	3.6	42.9	44.8	3,390	32.3	33.7	2,550
South Asia	11.9	-0.6	6.4	7.8	2.2	24.7	27.2	1,590	18.6	20.5	1,200
Americas	4.6	4.7	4.7	3.1	22.0	264.2	274.0	1,510	198.9	206.2	1,140
North America	5.1	5.0	5.1	2.2	16.9	204.5	210.9	1,750	154.0	158.8	1,320
Caribbean	-0.8	1.6	4.0	6.1	2.2	25.4	27.1	1,210	19.1	20.4	910
Central America	7.4	8.3	3.4	7.5	0.8	9.4	10.2	1,060	7.1	7.7	800
South America	5.3	4.0	3.2	5.7	2.1	24.9	25.8	900	18.7	19.4	680
Africa	2.3	6.0	2.6	2.9	2.9	35.5	36.4	650	26.7	27.4	490
North Africa	-5.5	8.2	-1.0	3.4	0.8	10.2	10.6	530	7.7	8.0	400
Subsaharan Africa	5.8	5.1	4.0	2.8	2.1	25.3	25.9	720	19.1	19.5	540
Middle East	-15.6	0.9	-6.9	5.7	4.0	45.2	49.3	970	34.1	37.1	730

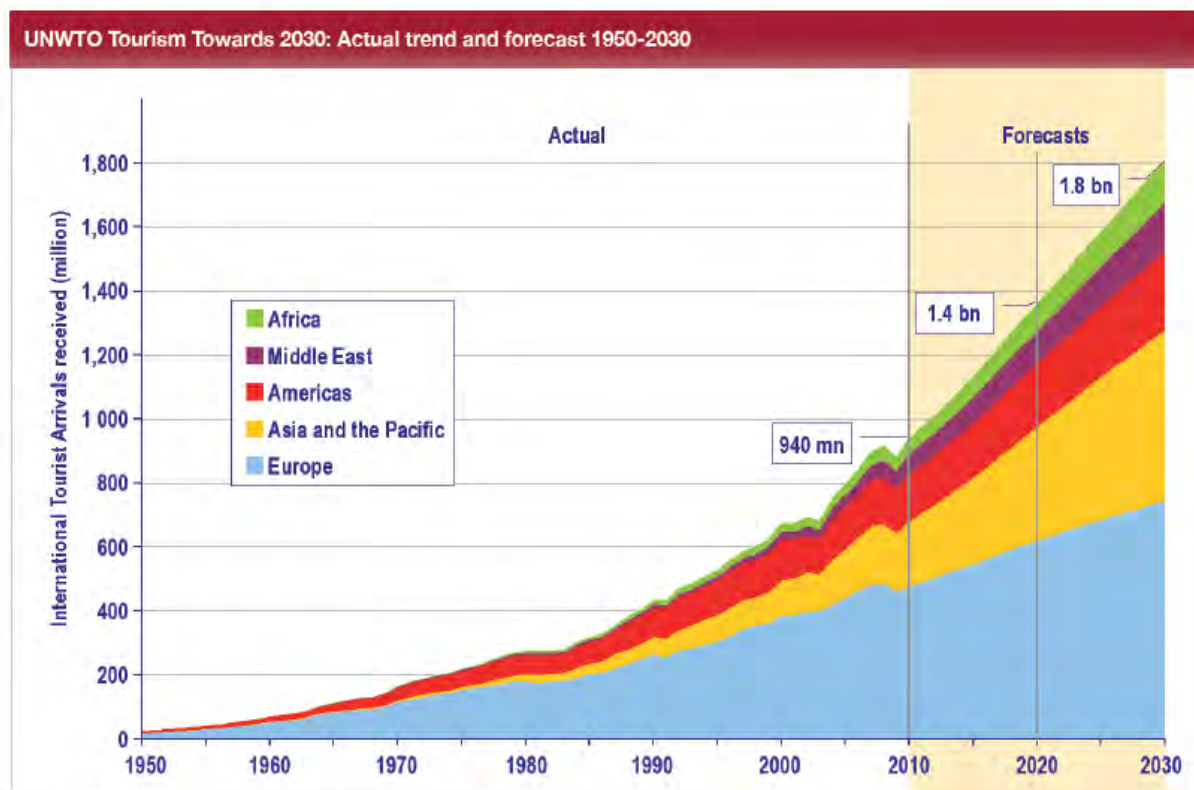
Sources: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO May 2016)

¹ Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 160, at www.imf.org/external/na/cs.aspx?id=29.

Πίνακας 3, πηγή: world tourism organization, 2015

Σε ότι αφορά τα έσοδα από τη τουριστική βιομηχανία αυτά υπολογίζονται συνολικά από τα έξοδα των τουριστών για φαγητό, διαμονή, μεταφορά, διασκέδαση, ψώνια κ.α.. Συγκεκριμένα τα έσοδα από τον τουρισμό ανέρχονται στα 1245 δισεκατομμύρια δολάρια. Το μεγαλύτερο μερίδιο της αγορά φαίνεται να το έχει η Ευρώπη με 41%. Ακολουθεί η Ασία με 30%, η Αμερική με 22%, η Μέση Ανατολή με 4% και η Αφρική με 3% (world tourism organization 2015).



Γράφημα 1, πηγή: world tourism organization,2015

UNWTO Tourism Towards 2030: International tourism by region of destination												
	International Tourist Arrivals received (million)					Average annual growth (%)					Share (%)	
	Actual data			Projections		Actual data		Projections			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, of which	2010-'20	2020-'30		
World	277	528	940	1,360	1,809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9	100	100
to Advanced economies ¹	194	334	498	643	772	3.7	2.7	2.2	2.6	1.8	63	43
to Emerging economies ¹	83	193	442	717	1,037	5.8	5.7	4.4	4.9	3.8	47	57
By UNWTO regions:												
Africa	7.2	18.9	50.3	85	134	6.7	6.7	5.0	5.4	4.6	5.3	7.4
North Africa	4.0	7.3	18.7	31	46	4.1	6.5	4.6	5.2	4.0	2.0	2.6
West and Central Africa	1.0	2.3	6.8	13	22	5.9	7.5	5.9	6.5	6.4	0.7	1.2
East Africa	1.2	5.0	12.1	22	37	10.1	6.1	5.8	6.2	6.4	1.3	2.1
Southern Africa	1.0	4.3	12.6	20	29	10.1	7.4	4.3	4.6	4.1	1.3	1.8
Americas	62.3	109.0	149.7	199	248	3.8	2.1	2.6	2.9	2.2	15.9	13.7
North America	48.3	80.7	98.2	120	138	3.5	1.3	1.7	2.0	1.4	10.4	7.6
Caribbean	6.7	14.0	20.1	25	30	5.0	2.4	2.0	2.4	1.7	2.1	1.7
Central America	1.5	2.6	7.9	14	22	3.8	7.7	5.2	6.0	4.6	0.8	1.2
South America	5.8	11.7	23.6	40	58	4.8	4.8	4.6	5.3	3.9	2.5	3.2
Asia and the Pacific	22.8	82.0	204.0	355	535	8.9	6.3	4.9	5.7	4.2	21.7	29.6
North-East Asia	10.1	41.3	111.5	195	293	9.9	6.8	4.9	5.7	4.2	11.9	16.2
South-East Asia	8.2	28.4	69.9	123	187	8.7	6.2	5.1	5.8	4.3	7.4	10.3
Oceania	2.3	8.1	11.6	15	19	8.7	2.4	2.4	2.9	2.0	1.2	1.0
South Asia	2.2	4.2	11.1	21	36	4.3	6.6	6.0	6.8	6.3	1.2	2.0
Europe	177.3	304.1	475.3	620	744	3.7	3.0	2.3	2.7	1.8	50.6	41.1
Northern Europe	20.4	35.8	57.7	72	82	3.8	3.2	1.8	2.2	1.4	6.1	4.5
Western Europe	68.3	112.2	163.7	192	222	3.4	2.1	1.8	2.3	1.4	16.3	12.3
Central/Eastern Europe	26.6	58.1	95.0	137	176	5.3	3.3	3.1	3.7	2.5	10.1	9.7
Southern/Mediterr. Eu.	61.9	98.0	168.9	219	284	3.1	3.7	2.3	2.6	1.9	18.0	14.6
Middle East	7.1	13.7	60.9	101	149	4.5	10.5	4.6	5.2	4.0	6.5	8.2

Πίνακας 4, πηγή: world tourism organization,2015

Όπως στο διάγραμμα 1 έτσι και στον πίνακα 4 παρουσιάζονται οι τουριστικές αφίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο έως το 2030. Συγκεκριμένα προβλέπεται ο τουρισμός να αγγίζει τα 1,4 δισεκατομμύρια το 2020 και να φτάνει τα 1,8 το 2030 με 3,3% αύξηση ανά χρονιά από το 2010. Ειδικότερα ο αριθμός των τουριστών δεν παρουσιάζει μείωση εκεί που σημειώνεται επιβράδυνση είναι στο ποσοστό με το οποίο αυξάνεται έτσι ενώ το 2010 ξεκινά με 3,8% αύξηση το 2030 μειώνεται στο 2,9%. Συμφώνα με την ετήσια έκθεση του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού αυτό που είναι αξιοσημείωτο είναι ότι σε σχέση με το 1980 οι αναπτυσσόμενες οικονομίες ή οικονομίες της Ευρώπης που τα χαρακτηριστικά τους μοιάζουν με αυτά των αναπτυσσόμενων οικονομιών παρουσιάζουν μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης σε σχέση με τις αναπτυγμένες οικονομίες. Αυτές είναι η Ασία, η ανατολική Ευρώπη, η Μεσόγειος, η Αφρική και η Μέση Ανατολή παρουσιάζουν 4,4% αύξηση σε σχέση με τις υπόλοιπες. Ενώ η περιοχή με το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης είναι η Ασία ([world tourism organization 2015](#)). Συνοψίζοντας αυτό που προκύπτει εδώ είναι ότι ο τουρισμός φαίνεται να στρέφεται προς τις αναπτυσσόμενες οικονομίες και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι προσφέρουν υπηρεσίες σε χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τις αντίστοιχα προσφερόμενες των ανεπτυγμένων οικονομιών εξαιτίας του χαμηλού εργατικού κόστους (π.χ. αερομεταφορές, διαμονή) ([Sinclair,2007](#)).

3.5 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ:

Εξετάζοντας τις επιπτώσεις του τουρισμού αυτές μπορεί να είναι είτε θετικές είτε αρνητικές και μπορεί να ανάγονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες σε οικονομικές, κοινωνικές – πολιτιστικές και περιβαλλοντικές.

Η πρώτη μεγάλη κατηγορία επιπτώσεων αφορά τις επιπτώσεις σε οικονομικό επίπεδο. Οι οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης είναι αυτές οι οποίες έχουν μελετηθεί περισσότερο. Η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού σε ένα τόπο προσδιορίζεται κυρίως μέσα από τα ποσά τα οποία ξοδεύουν οι τουρίστες έτσι μέσω των οικονομικών δεικτών προς μετρούνται σε μακρό-οικονομικό επίπεδο. Ειδικότερα εξετάζοντας τη θετική επίπτωση του τουρισμού στην οικονομία ενός τόπου παρατηρούνται τα εξής:

- Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Μέσω της αύξησης της τουριστικής εισροής αυξάνονται παράλληλα και οι καταναλώσεις στην περιοχή με τις τοπικές επιχειρήσεις σημειώνουν αύξηση των κερδών τους. Επίσης κατασκευάζονται αναμνηστικά και σουβενίρ από τοπικούς τεχνίτες τα οποία σχετίζονται με τη περιοχή. Ακόμη η τοπική οικονομία μπορεί να ενισχυθεί και από τα εισιτήρια τα οποία κόβονται από τις επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, μνημεία και τοπόσημα (Tyrrel - Johnston 2006).
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας αντιμετωπίζονται προβλήματα ανεργίας όπως επίσης και μείωση της μετανάστευσης των νέων ανθρώπων. Ειδικότερα σε μικρές περιοχές παρατηρείται συχνά η τάση μετανάστευσης σε μικρές ηλικιακές ομάδες προκειμένου να αναζητήσουν εργασία σε άλλες περιοχές έτσι μέσω του τουρισμού δίνεται η ευκαιρία για εργασία (Mason, 2006).
- Βελτίωση του βιοτικού επιπέδου (Stynes, 1997 και Mason, 2006) .
- Ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης (Ηγουμενάκης, 2001)

Σε ότι αφορά τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία διακρίνονται ως εξής:

- Αύξηση του πληθωρισμού. Συγκεκριμένα, αυξάνονται οι τιμές είτε σε επίπεδο αξίας γης είτε ακόμη μπορεί να παρατηρηθεί αύξηση τιμών σε φαγητό κ.α. (Stynes, 1997)
- Κόστος ευκαιρίας. Μια περιοχή επηρεασμένη από τη τουριστική αύξηση επενδύει στο τριτογενή τομέα αντί να επενδύσει κάπου αλλού. Για παράδειγμα αντί να επενδύσει στο τομέα της υγείας κατασκευάζοντας ένα νοσοκομείο επενδύει στο τουρισμό (Mason, 2006).
-

- Ενασχόληση με το τριτογενή τομέα. Η ενασχόληση με τον τριτογενή τομέα μπορεί να οδηγήσει την εγκατάλειψη άλλων παραγωγικών τομέων όπως για παράδειγμα με το δευτερογενή και κατ' επέκταση να παρατηρηθεί μείωση (Keyser, 2002).
- Εξάρτηση στη τουριστική ανάπτυξη. Ουσιαστικά η περιοχή βασίζει την ανάπτυξη της κυρίως στο τριτογενή τομέα. Ωστόσο υπάρχουν παραδείγματα περιοχών σε διεθνές επίπεδο οι οποίες στηριζόμενες αποκλειστικά στην ανάπτυξη μέσω του τριτογενή τομέα οδηγήθηκαν σε οικονομική κρίση (Archer et al., 2005)

Η δεύτερη μεγάλη κατηγορία η οποία μπορεί να επηρεαστεί από τη τουριστική ανάπτυξη είναι η κοινωνία και ο πολιτισμός. Ωστόσο εξαιτίας της φύσης της η συγκεκριμένη κατηγορία είναι δύσκολο να προσδιοριστεί σε σχέση με την οικονομία και το περιβάλλον. Εξετάζοντας τη θετική επίπτωση του τουρισμού στη κοινωνία παρατηρούνται τα εξής:

- Ανταλλαγή στοιχείων ταυτότητας. Η επαφή των κατοίκων με ανθρώπους διαφορετικής κουλτούρας και πολιτισμού μπορεί να οδηγήσει στην ανταλλαγή πολιτιστικών στοιχείων. Επίσης η γνωριμία με νέους πολιτισμούς διεγείρει τον ενδιαφέρον των τουριστών στην επιλογή του προορισμού του οποίου πρόκειται να επιλέξουν να επισκεφθούν (Saveriades, 2000, Archer et al., 2005).
- Αναζωογόνηση φτωχών περιοχών. Είτε πρόκειται για ολόκληρες περιοχές είτε για γειτονίες μέσω του τουρισμού μπορούν να αντιμετωπιστούν κοινωνικά προβλήματα όπως είναι αυτό της φτώχειας (Vancly 2002).
- Διατήρηση άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Ειδικότερα η τουριστική ανάπτυξη δίνει το έναυσμα για αναβίωση – διατήρηση τοπικών εθίμων. Η αναβίωση τους κυρίως λειτουργεί σε επίπεδο προβολής και δημιουργίας δραστηριοτήτων για τους τουρίστες χωρίς όμως αυτή η νέα διάσταση να λειτουργεί αρνητικά. Αντίθετα η άυλη πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής παραμένει ζωντανή χωρίς να χάνεται σε βάθος χρόνου (Archer et al., 2005).
- Διατήρηση παραδοσιακών επαγγελμάτων και τεχνών. Αντίστοιχα με τη διατήρηση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς έτσι και τα παραδοσιακά επαγγέλματα αναβιώνουν προκειμένου να αποτελέσουν μέρος τουριστικών δραστηριοτήτων. Όπως για παράδειγμα στα πλαίσια του δημιουργικού τουρισμού όπου ο τουρίστας μπορεί να έρθει σε επαφή με παραδοσιακά επαγγέλματα όπως αυτό της αγγειοπλαστικής και να κατασκευάσει μόνος του το αναμνηστικό το οποίο σε άλλη περίπτωση θα αγόραζε από κάποιο κατάστημα (Mason 2006).

- Αποτροπή μετανάστευσης. Όπως προαναφέρθηκε παραπάνω, ο τουρισμός μπορεί λειτουργήσει αποτρεπτικά στο μεταναστευτικό κύμα. Με τη μείωση της μετανάστευσης του πληθυσμού δεν επηρεάζεται η συνοχή της τοπικής κοινωνίας (Coccossis, 2006).
- Ενίσχυση της προβολής της περιοχής προς τα έξω. Προκειμένου μια περιοχή να αυξήσει τη τουριστική εισροή ενισχύει τη προβολή της. Οι τουρίστες έλκονται είτε από το φυσικό κάλος είτε από την ύπαρξη τοποσήμων, προβάλλοντας αυτά τα στοιχεία αυξάνεται και ο τουρισμός (Dogan, 1993).

Ωστόσο και πάλι εκτός των θετικών παρατηρούνται και αρνητικές επιπτώσεις οι οποίες είναι οι εξής:

- Αλλοίωση της ταυτότητας. Η επαφή με άτομα διαφορετικής ταυτότητας μπορεί να οδηγήσει στην αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας. Όπως επίσης να παρατηρηθούν και φαινόμενα όπως είναι ο Μακντοναλισμός¹ (Dogan 1989, Mason 2006 και Archer et al, 2005).
- Συνωστισμός. Η αύξηση του τουρισμού μπορεί να προκαλέσει αύξηση του συνωστισμού ειδικά σε μικρής έκτασης περιοχές δημιουργώντας προβλήματα κυκλοφοριακής συμφόρησης κ.α. (Haley και άλλοι, 2005).
- Αλλαγή στη καθημερινότητα. Κατά τη τουριστική περίοδο η καθημερινότητα των κατοίκων διαταράσσεται αλλάζοντας τους ρυθμούς τους (Saveriades, 2000).
- Αύξηση της βίας και της εγκληματικότητας. Ειδικότερα σε τουριστικές περιοχές παρατηρείται αύξηση των συγκεκριμένων φαινομένων που ως αποτέλεσμα έχουν την διακινδύνευση της ασφάλειας όχι μόνο των κατοίκων αλλά και των ιδίων των τουριστών.
- Εμπορευματοποίηση. Συγκεκριμένα προκειμένου να αυξηθούν τα κέρδη η κοινωνία εμπορευματοποιεί τον πολιτισμό της και οτιδήποτε άλλο μπορεί να προσφέρει. Επίσης λόγω της εμπορευματοποίησης θίγονται και ζητήματα κατάργησης των ηθικών αρχών (Dogan 1989 και Saveriades, 2000).

Τρίτη κατηγορία επιπτώσεων του τουρισμού σε μια περιοχή είναι οι περιβαλλοντικές. Το περιβάλλον χωρίζεται σε δυο κατηγορίες το δομημένο και φυσικό περιβάλλον. Έτσι και οι επιπτώσεις του τουρισμού εντοπίζονται αντίστοιχα και στις δυο κατηγορίες. Ειδικότερα οι θετικές επιπτώσεις διακρίνονται ως εξής:

- Αύξηση λήψης μέτρων προστασίας. Η τουριστική αύξηση μπορεί να προκαλέσει την ευαισθητοποίηση των τοπικών φορέων αλλά και του κοινωνικού συνόλου προς το περιβάλλον. Έτσι η κοινωνία αποκτά περιβαλλοντική συνείδηση (McKercher, 2010).

¹ Με τον όρο Μακντοναλισμός νοείται η μεταστροφή μιας κοινωνίας και η υιοθέτηση αρχών προκειμένου να αυξηθεί η αποδοτικότητα της με οποιοδήποτε κόστος και μέσο (Ritzer 1996).

- Δημιουργία περιβαλλοντικών πάρκων και ανάδειξη περιοχών σε προστατευμένες. Μέσω της δημιουργίας περιβαλλοντικών πάρκων δεν αυξάνεται μόνο ο τουρισμός αλλά προστατεύεται και η χλωρίδα και η πανίδα μιας περιοχής. Όπως είναι για παράδειγμα οι περιοχές NATURA (Sunlu, 2003).
- Διατήρηση δομημένου περιβάλλοντος. Μέσω συντηρήσεων και αποκαταστάσεων το δομημένο περιβάλλον διατηρείται και δεν καταστρέφεται (Cohen, 1978).
- Διατήρηση πολιτιστικής κληρονομιάς. Όπως είναι για παράδειγμα η ανακήρυξη των μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO μέσω των οποίων διασώζονται τοπόσημα, μνημεία, ολόκληρες πόλεις κ.α. (Hudman 1978, Cohen 1978).

Όμως η τουριστική αύξηση μπορεί να επιβαρύνει σημαντικά το περιβάλλον είτε πρόκειται για φυσικό είτε για δομημένο. Έτσι παρατηρούνται τα εξής:

- Μόλυνση. Κατά την τουριστική περίοδο το ποσοστό του πληθυσμού που κατοικεί σ' αυτή αυξάνεται και κατ' επέκταση αυξάνεται και ο αριθμός των ρύπων και των σκουπιδιών. Η μόλυνση μπορεί να προκληθεί είτε στο έδαφος είτε στα ύδατα (Sunlu, 2003).
- Συμφόρηση. Η αύξηση του αριθμού των ατόμων ειδικά σε μικρής έκτασης περιοχή μπορεί να προκαλέσει καταστροφές σε όλα τα επίπεδα (Haley και άλλοι, 2005).
- Αλλοίωση του φυσικού περιβάλλοντος. Για παράδειγμα σε ορεινές περιοχές οι οποίες μπορεί να υποστηρίζουν το περιπατητικό τουρισμού υπάρχει πιθανότητα να παρατηρηθούν διαβρώσεις των μονοπατιών εξαιτίας της μαζικότητας των επισκεπτών (McKercher 2010).
- Αλλοίωση του δομημένου περιβάλλοντος. Προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των τουριστών κατασκευάζονται και οι ανάλογες υποδομές που σαν αποτέλεσμα έχουν τον εκμοντερνισμό και τη βιομηχανοποίηση ειδικά όταν αναφερόμαστε σε ιστορικά κέντρα και σε παραδοσιακούς οικισμούς (Cohen, 1978).
- Αλλοίωση της εικόνας. Όλες οι παραπάνω αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να οδηγήσουν στην αλλοίωση της εικόνας ενός προορισμού προκαλώντας την αρνητική προβολή του προς τα έξω. (Mason, 2003).

4. ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:

4.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ:

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού υποστηρίζονται από τη διεθνή βιβλιογραφία και αρθρογραφία ως οι πιο ταχεία αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού. Ο όρος χρησιμοποιείται προκειμένου να προσδιορίσει τους τουρίστες οι οποίοι επιλέγουν τον τόπο διακοπών τους με βάση τα ενδιαφέροντα τους. Επίσης τονίζεται ότι ξεφεύγουν από τη σφαίρα του μαζικού τουρισμού. Έτσι είναι πιο εφικτό να αναπτυχθούν σε τοπικό επίπεδο ([Jarviluoma, 1992](#)). Το παραδοσιακό μοντέλο ήλιος – θάλασσα εγκαταλείπεται και το ενδιαφέρον των τουριστών προσανατολίζεται προς το πολιτιστικό, φυσικό κ.α. περιβάλλον της περιοχής την οποία επισκέπτονται. Ως αποτέλεσμα και οι προσφερόμενες δραστηριότητες στόχο έχουν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των επισκεπτών και να συμπληρώσουν την εμπειρία της επίσκεψης. Πολλοί υποστηρίζουν πως οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να ενισχύσουν την τοπική ανάπτυξη εισάγοντας μια περιοχή σε νέες αγορές ([Isaac, 2010](#)). Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού παίζουν οι υποδομές ενός τόπου. Προκειμένου να αναπτυχθούν απαιτούνται και οι ανάλογες υποδομές στις οποίες πρέπει να επενδύσει μια περιοχή προκειμένου να προσελκύσει και να ικανοποιήσει τους επισκέπτες όπως για παράδειγμα για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού χρειάζονται μαρίνες ([Butler, 1980](#)). Βέβαια υπάρχουν και οι αντιτιθέμενοι στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως οι [Lanfant and Graburn \(1992\)](#) οι οποίοι υποστηρίζουν πως δεν υπάρχει κάποια διαφορά σε σχέση με τον «κλασικό» είδος τουρισμού και πως πρόκειται για ένα νέο είδος διαφήμισης των προορισμών.

Ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού; Ο [Weaver \(1991\)](#) εντοπίζει τα εξής: ο μαζικός τουρισμός εμφανίζεται κυρίως σε παραθαλάσσιες περιοχές με τα πακέτα να προσανατολίζονται γύρω από το μοντέλο ήλιος – θάλασσα, οι επισκέπτες κατακλύζουν μαζικά μια περιοχή, η αγορά στην οποία απευθύνονται οι προορισμοί είναι μεγάλης κλίμακας και τέλος ο τουρισμός εμφανίζεται ως ο κυρίαρχος τομέας της οικονομίας. Σε αντιπαράβολή οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύσσονται σε μικρού μεγέθους περιοχές από μικρής κλίμακας επιχειρήσεις, απευθύνεται σε μικρότερες αγορές, συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και τέλος σε επίπεδο οικονομίας λειτουργεί συμπληρωματικά.

Έτσι καταλήγουμε να μιλάμε για διάφορα είδη τουρισμού από πολιτιστικό και γαστρονομικό ως οίκο – τουρισμού και τουρισμού περιπέτειας. Με την λίστα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού να μεγαλώνει

διαρκώς οι περιοχές ανταποκρίνονται πλέον στα πιο ιδιαίτερα ενδιαφέροντα και ικανοποιούν τις πιο τρελές απαιτήσεις που μπορεί να έχει κανείς. Ενδεικτικά αναφέρονται παρακάτω ορισμένες μορφές τουρισμού:

- ✓ Θρησκευτικός
- ✓ Επαγγελματικός
- ✓ Συνεδριακός
- ✓ Πολιτιστικός
- ✓ Οίκο-τουρισμός
- ✓ Τουρισμός περιπέτειας
- ✓ Αγροτουρισμός
- ✓ Ιαματικός
- ✓ Ευεξίας
- ✓ Ιατρικός
- ✓ Κρουαζιέρα
- ✓ Εκπαιδευτικός
- ✓ Διαστημικός
- ✓ Θαλάσσιος
- ✓ Καταδυτικός

4.2 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εννοιολογικός Προσδιορισμός:

Πριν όμως εξετάσουμε τον καταδυτικό τουρισμό ως εναλλακτική μορφή τουρισμού καλό θα ήταν να αποσαφηνιστούν οι όροι που αφορούν την κατάδυση. Ως κατάδυση ορίζεται η δραστηριότητα κατά την οποία το άτομο βρίσκεται για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα κάτω από το νερό. Έτσι η κατάδυση περιλαμβάνει τις εξής δραστηριότητες: snorkeling δηλαδή κατάδυση με μάσκα και αναπνευστήρα, scuba diving δηλαδή κατάδυση με εξοπλισμό και φιάλη οξυγόνου και ελεύθερη κατάδυση free diving. Κάθε δραστηριότητα πραγματοποιείται με διαφορετική τεχνική και απαιτεί και τον ανάλογο εξοπλισμό (όπως μάσκα, αναπνευστήρα, στολή, οξυγόνο κ.α.). Επίσης εκτός του εξοπλισμού, δραστηριότητες όπως είναι η οργανωμένη κατάδυση απαιτούν και εκπαίδευση από καταρτισμένους εκπαιδευτές. Έτσι ανάλογα με τα προσωπικά ενδιαφέροντα του ο καθένας μπορεί να επιλέξει και το είδος της κατάδυσης το οποίο επιθυμεί (Dimmock,2007).

Πως όμως διαμορφώνεται η καταδυτική βιομηχανία σήμερα; Σήμερα η ποιότητα των καταδύσεων έχει βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό και αυτό οφείλεται στη τεχνολογική βελτίωση τους και συγκεκριμένα σε ότι αφορά στη κατάδυση με φιάλη οξυγόνου. Άλλοι παράγοντες οι οποίοι έχουν βελτιώσει τη καταδυτική εμπειρία είναι: ο εξοπλισμός των δυτών είναι πλέον πιο ασφαλής και πιο οικονομικός, υπάρχει δυνατότητα προσέγγισης απομακρυσμένων περιοχών και επίσης παρατηρείται και μια αύξηση του ενδιαφέροντος όλο και περισσότερων ανθρώπων για το φυσικό περιβάλλον (Musa και Dimmock,2012). Έτσι σε παγκόσμιο επίπεδο σύμφωνα με καταγραφή του 2008 οι ασχολούμενοι με καταδύσεις ανέρχονται στα 17,8 εκατομμύρια. Ενώ σε διεθνές επίπεδο υπάρχουν δυο οργανισμοί πιστοποίησης και παροχής διπλώματος δύτη αλλά και πιστοποίησης των tour operators και είναι οι εξής: η Professional Association of Dive Instructors (PADI) και η National Association of Underwater Instructors (NAUI). Επίσης οι πιστοποιήσεις μπορεί να ξεκινούν από πιστοποίηση απλής εμπειρίας κατάδυσης ως παροχή διπλώματος εκπαιδευτή (Morgabi και Rogerson,2007 και Ministry of Foreign Affairs,2015).

Ως καταδυτικός ορίζεται το είδος του τουρισμού το οποίο περιλαμβάνει τουλάχιστον μια οργανωμένη καταδυτική δραστηριότητα (Dimmock,2007).

Σχετικά με τον καταδυτικό τουρισμό ως εναλλακτική μορφή τουρισμού μπορεί να ανήκει ως δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού όπου περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη θάλασσα (Hall,2001). Αλλά μπορεί και να θεωρείται ως δραστηριότητα του τουρισμού περιπέτειας. Πως όμως συνδέεται με την περιπέτεια; Σκοπός της κατάδυσης είναι ο δύτης να ανακαλύψει το άγνωστο θαλάσσιο περιβάλλον όμως αυτή η ανακάλυψη μπορεί να ελλοχεύει και κίνδυνο, αφού ένα λάθος κάτω στο βυθό μπορεί να αποβεί μοιραίο για τον δύτη (Dimmock και Wilson, 2009). Άλλο ένα στοιχείο του καταδυτικού τουρισμού είναι ότι η κατάδυση ως δραστηριότητα δεν έχει τον χαρακτήρα του αθλήματος εφόσον το ανταγωνιστικό στοιχείο λείπει και κυριαρχεί το στοιχείο της ελευθερίας, της ψυχαγωγίας και της βελτίωσης της φυσικής κατάστασης.

Σε ότι αφορά το προφίλ των τουριστών αυτοί μπορεί να είναι είτε άτομα με δίπλωμα δύτη είτε άτομα τα οποία ασχολούνται με τη κατάδυση στον ελεύθερο τους χρόνο. Επίσης πολλά από τα άτομα τα οποία πραγματοποιούν κατάδυση με φιάλη οξυγόνου βασίζουν την οργάνωση των διακοπών σε Tour Operators προκειμένου να βιώσουν όσο το δυνατόν καλύτερα τη καταδυτική εμπειρία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Αλλά στοιχεία τα οποία συνθέτουν το προφίλ των τουριστών είναι ότι σαν άτομα είναι οικολογικά ευσυνείδητοι και σαν καταναλωτές είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν χρήματα (Morgabi και Rogerson,2007).

Τι πρέπει να προσφέρει όμως να προσφέρει ο οργανωμένος καταδυτικός προορισμός; Καταρχήν κύριο στοιχείο επιλογής προορισμού για τους τουρίστες είναι η ποιότητα του περιβάλλοντος δηλαδή η υψηλής ποιότητας φυσικοί πόροι, τα καθαρά νερά και η αφθονία σε υποθαλάσσιο περιβάλλον. Όλα αυτά ενισχύουν τη καταδυτική εμπειρία των τουριστών. Σχετικά με τις προσφερόμενες δραστηριότητες αυτές μπορεί να ξεκινούν από κατάδυση σε σπηλιές, ναυάγια, κοραλλιογενείς υφάλους, λίμνες μέχρι κατάδυση με χελώνες, καρχαρίες, θαλάσσιους ελέφαντες κ.α. (Maccarthy και άλλοι, 2006 και <https://www.theguardian.com/travel/2008/dec/13/diving-safari-adventure-holidays-best>). Σε ότι αφορά τις προσφερόμενες υπηρεσίες από τους προορισμούς εκτός της διαμονής και της πρόσβασης σημαντική είναι η ύπαρξη εκπαιδευτών όπως και η ύπαρξη πιστοποιημένων σημείων κατάδυσης στα οποία παρέχονται και οι ανάλογες υπηρεσίες (Morgabi και Rogerson,2007 και Maccarthy και άλλοι, 2006)

Ποιοι προορισμοί θεωρούνται οι δημοφιλέστεροι για κατάδυση; Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μια όλο και αυξανόμενη αγορά με τις περιοχές οι οποίες προσελκύουν τη μεγαλύτερη μερίδα των τουριστών να

είναι κυρίως περιοχές της Αμερικής, της Αυστραλίας, της Ιαπωνίας, νησιά του Ειρηνικού ωκεανού, της Παπούα, της Νέας Γουινέας, της Μαλαισίας. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας του τροπικού περιβάλλοντος τους, των καθαρών τους νερών αλλά και του πλήθους των κοραλλιογενών υφάλων οι οποίοι προσελκύουν το ενδιαφέρον των τουριστών (Dimmock,2007 και <http://travel.cnn.com/explorations/escape/outdoor-adventures/worlds-50-best-dive-sites-895793/>).

4.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ:

Όπως κάθε μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μια περιοχή έτσι και η συγκεκριμένη επιφέρει και μια σειρά επιπτώσεων στο προορισμό. Ειδικότερα πρώτος τομέας ο οποίος επηρεάζεται από τον καταδυτικό τουρισμό είναι το περιβάλλον. Ο καταδυτικός τουρισμός είναι άμεσα συνυφασμένος με το περιβάλλον εφόσον κύριος σκοπός του τουρίστα είναι να ανακαλύψει κατά τη διάρκεια των διακοπών του το υποθαλάσσιο οικοσύστημα. Έτσι σε ότι αφορά τις θετικές επιπτώσεις σχετικά με το περιβάλλον αυτές εντοπίζονται κυρίως σε ότι αφορά την ενίσχυση και την προστασία του. Ενισχύεται μέσα από τη δημιουργία τεχνητών υποθαλάσσιων πάρκων όπου βυθίζοντας αντικείμενα όπως για παράδειγμα πλοία δημιουργείται τεχνητά ένα νέο οικοσύστημα. Και προστατεύεται μέσα από τη δράση των δυτών αφού όπως προαναφέρθηκε μεγάλη μερίδα των ανθρώπων που ασχολούνται με την κατάδυση είναι οικολογικά ευσυνείδητοι (Treeck και Schuhmacher, 1998). Στον αντίποδα όλων αυτών και σε ότι αφορά τις αρνητικές επιπτώσεις σχετικά με το περιβάλλον αυτές εντοπίζονται κυρίως σε θέματα καταστροφής και αλλοίωσης του υποθαλάσσιου οικοσυστήματος, με το 36% των υφάλων του πλανήτη να θεωρείται υπό εξαφάνιση. Έτσι οι επιπτώσεις της ανθρώπινης δραστηριότητας σε διάφορους υφάλους ανά τον κόσμο είναι εμφανείς για παράδειγμα όπως συνέβη στη βόρεια Ερυθρά θάλασσα όπου παρατηρήθηκαν σπασίματα σε κοράλλια και σημειώθηκαν υψηλά ποσοστά χαμένου ιστού. Ανάλογες καταστροφές έχουν υποστεί ύφαλοι σε νότια Αφρική και Μαλαισία. Ενώ ο μεγάλος κοραλλιογενής ύφαλος στην Αυστραλία εξαιτίας της μαζικής τουριστικής δραστηριότητας παρουσιάζει μεγάλες αλλοιώσεις από τη συνεχή επαφή των δυτών με τα κοράλλια. Εκτός όμως των κοραλλιογενών υφάλων επηρεάζεται και η θαλάσσια ζωή όπως είναι τα κοπάδια των ψαριών ή οι διάφοροι μικροοργανισμοί εξαιτίας της ανθρώπινης παρουσίας και παρέμβασης κάτι που ως αποτέλεσμα έχει την μείωση τους όπως συνέβη στη νότια Αφρική. Για αυτό σημαντικό ρόλο παίζει η εκπαίδευση προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του περιβάλλοντος (Abidin και Mohamed, 2014 Hasler και Ott, 2008).

Σχετικά με την οικονομία μιας περιοχής οι επιπτώσεις οι οποίες εντοπίζονται αφορούν κυρίως την ενίσχυση της. Όπως ήδη προαναφέρθηκε τα άτομα τα οποία ασχολούνται με τις καταδύσεις και επισκέπτονται ένα προορισμό προκειμένου να ικανοποιήσουν τη συγκεκριμένη αυτή ασχολία σαν καταναλωτές είναι άτομα τα οποία είναι διατεθειμένα να ξοδέψουν χρήματα. Για παράδειγμα βασίζονται σε τοπικές επιχειρήσεις για τον ανεφοδιασμό των φιαλών οξυγόνου τους ακόμη και αν έχουν μαζί τους τον δικό τους εξοπλισμό. Άλλη θετική επίπτωση που δέχεται μια τοπική κοινωνία αναπτύσσοντας το συγκεκριμένο είδος τουρισμού είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Έτσι για να αναπτύξει ένας προορισμός καταδυτικό τουρισμό

χρειάζονται και τα ανάλογα άτομα προκειμένου να τον στελεχώσουν όπως είναι οι εκπαιδευτές, κέντρα πιστοποίησης κ.α.. Ακόμη δίνεται και η ευκαιρία ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων πάντα γύρω από τις καταδύσεις. Επίσης προσελκύονται και νέες επενδύσεις (δημιουργία καταδυτικών πάρκων). Στον αντίποδα, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων όπως και επενδύσεων μπορεί να προκαλέσει διαφυγόντα κέρδη για τη τοπική κοινωνία σε περίπτωση που οι επιχειρηματίες δεν είναι μέλη της (Musa και Dimmock, 2015 και Morgabi και Rogerson, 2007).

Σε κοινωνικό επίπεδο η δημιουργία ενός καταδυτικού πάρκου και η ανάδειξη της σε καταδυτικό προορισμό μπορεί να επιφέρει μια σειρά από επιπτώσεις στο κοινωνικό σύνολο. Μέσω της ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας βελτιώνεται και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, αντιμετωπίζονται προβλήματα ανεργίας επίσης οι κάτοικοι αποκτούν περιβαλλοντική συνείδηση. Προστατεύοντας και διατηρώντας το φυσικό περιβάλλον οι κάτοικοι παραμένουν στο χάρτη των καταδυτικών προορισμών (Musa και Dimmock, 2015). Άλλες επιπτώσεις αφορούν τους ίδιους τους δύτες και τις δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίσει κάποιος πραγματοποιώντας κατάδυση είτε στα πλαίσια του επαγγελματισμού είτε στα πλαίσια της δραστηριότητας του ελεύθερου χρόνου είτε στα πλαίσια της τουριστικής δραστηριότητας. Έτσι πραγματοποιώντας κάποιος κατάδυση είτε ατομικά είτε ομαδικά μπορεί να έρθει αντιμέτωπος με τα εξής: διαπληκτισμός μεταξύ των δυτών κατά τη διάρκεια της κατάδυσης όταν αυτή πραγματοποιείται από ομάδα ανθρώπων, οι κλιματολογικές συνθήκες οι οποίες μπορεί να επικρατούν και μπορεί να δυσχεραίνουν τη κατάδυση (για παράδειγμα δυσκολία στην όραση), δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίσει ο δύτης με τον εξοπλισμό του, η απουσία φυσικού κάλλους και η λεγόμενη νόσος των δυτών η οποία μπορεί να επιφέρει ακόμα και θάνατο (Asafu-Adjaye και Tapsuwan, 2008 και Dimmock και Wilson, 2011).

5. ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ:

5.1 Ο ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ:

Σε παγκόσμιο επίπεδο ο αριθμός των αυτοδυτών υπολογίζεται στα 24 εκατομμύρια αριθμός ο οποίος είναι ολοένα αυξανόμενος. Ενώ το μεγαλύτερο μερίδιο της παγκόσμιας καταδυτικής αγοράς φαίνεται να το έχουν οι ΗΠΑ, η Αυστραλία και η Ιαπωνία από άποψη έκδοσης πιστοποιήσεων (Davis και Tissdell,1995). Σε ότι αφορά τους οργανισμούς οι οποίοι δραστηριοποιούνται παγκόσμια

Έτσι, μαζί με τον αριθμό των δυτών αυξάνεται και ο αριθμός των χωρών που επενδύουν πάνω στο καταδυτικό τουρισμό. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- ✓ Τα νησιά Mendes της Ισπανίας τα οποία προκείμενου να απαλλαγούν από τη μάστιγα της υπεραλίευσης μετατράπηκαν σε καταδυτικό προορισμό και σήμερα αποτελούν πόλο έλξης για 20.000 δύτες ετησίως οι οποίοι τους αποφέρουν έσοδα της τάξης των 3 εκατομμυρίων ευρώ (http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/xrysafi_o_tourismos_ton_katadyseon-64025950/).
- ✓ Στην Αίγυπτο στο Σαρμ Ελ Σειχ τα έσοδα από τον καταδυτικό τουρισμό υπολογίζονται στα 36 εκατομμύρια τον χρόνο. Η περιοχή μετατράπηκε σε καταδυτικό θέρετρο με πάνω από 40 καταδυτικά κέντρα να λειτουργούν στη περιοχή και πάνω από 300 σκάφη τα οποία μεταφέρουν σε καθημερινή βάση τους τουρίστες (<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=166986>).
- ✓ Στα νησιά Keyman τα έσοδα από τον καταδυτικό τουρισμό υπολογίζονται στα 84 εκατομμύρια δολάρια τον χρόνο. Ενώ λόγω της αύξησης της τουριστικής εισροής κατασκευάστηκαν νέες ξενοδοχειακές μονάδες και δόθηκε το έναυσμα για την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων. (WWF,2003).
- ✓ Ο μεγάλος κοραλλιογενής ύφαλος στην Αυστραλία με 2 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως και με 6 εκατομμύρια έσοδα προσελκύει επισκέπτες από όλο το πλανήτη. Επισκεπτόμενος κανείς την επίσημη σελίδα του υφάλου έχει την δυνατότητα να οργανώσει τις διακοπές του επιλέγοντας μέσα από μια λίστα πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων (<http://www.greatbarrierreef.org/about-the-reef/great-barrier-reef-facts/>).

5.1.1 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ: η περίπτωση του Μεξικού:

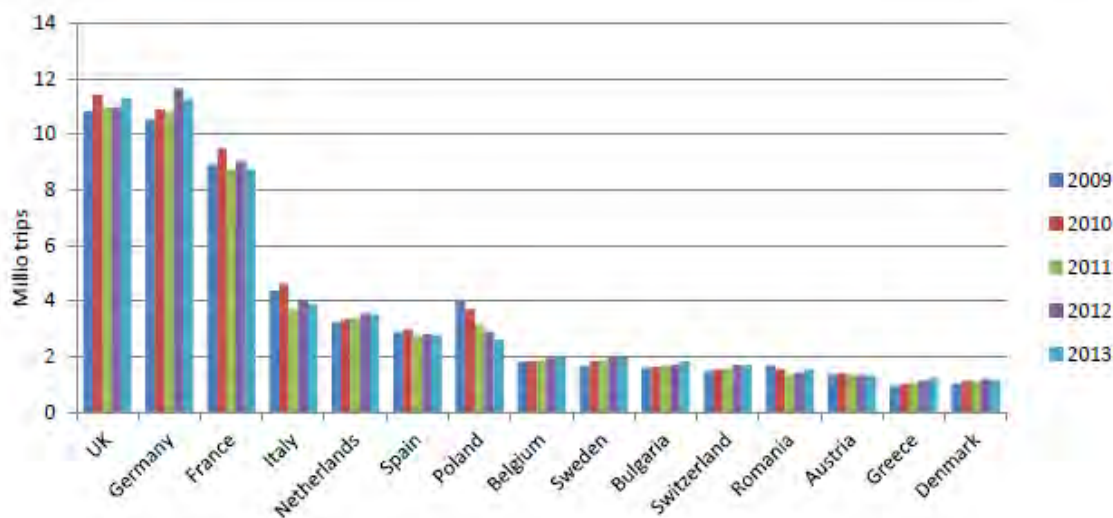
Στη Λατινική Αμερική και συγκεκριμένα στη περιοχή του Κανκούν του Μεξικού εδρεύει ένα από τα μεγαλύτερα υποβρύχια μουσεία. Το μουσείο MUSA όπως ονομάζεται κατασκευασμένο το 2009 φιλοξενεί πάνω από 500 σύγχρονα έργα τέχνης φιλοτεχνημένα από τον Βρετανό καλλιτέχνη Jason deCaires Taylor. Πρόκειται για ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμό του οποίου ο στόχος της κατασκευής ήταν η ενίσχυση του φυσικού περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας της περιοχής. Τα έργα κατασκευασμένα από ειδικά υλικά φιλικά προς το περιβάλλον κατάφεραν να δημιουργήσουν ένα τεχνητό ύφαλο και να αυξήσουν τη θαλάσσια ζωή. Συγκεκριμένα το υλικό από το οποίο είναι κατασκευασμένα έδωσε το έναυσμα στη φύση να αναπτυχθούν πάνω στα αγάλματα κοράλλια, φύκια και κάθε είδους μορφή θαλάσσιας ζωής προσφέροντας στον επισκέπτη ένα μοναδικό θέαμα. Σημαντικό είναι και το μικρό βάθος της θάλασσας στη συγκεκριμένη περιοχής το οποίο κατέστησε δυνατό το εγχείρημα. Σε ότι αφορά τα έργα μέσα από αυτά παρουσιάζεται η κατάσταση του πλανήτη σήμερα και τίγονται σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα όπως είναι η οικονομική κρίση, η προσφυγική κ.α. (<http://musamexico.org/> και <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2514504/Take-sights-UNDERWATER-MUSEUM-Mexican-visitor-attraction-successfully-using-exhibits-grow-new-coral-reef.html>).

Εκτός όμως της ενίσχυσης της θαλάσσιας ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος ενισχύθηκε και ο τουρισμός της περιοχής. Κάθε χρόνο το πάρκο το επισκέπτονται πάνω από 300.000 τουρίστες με το εισιτήριο της επίσκεψης να ξεκινά από τα 60 δολάρια και να αυξάνεται αναλόγως του εξοπλισμού και της εμπειρίας που διαθέτει ο επισκέπτης. Επισκεπτόμενος κανείς το μουσείο έχει τη δυνατότητα να δει τα εκθέματα είτε μέσα από πλοία τα οποία διαθέτουν γυάλινο πάτωμα ώστε να είναι εφικτή η ορατότητα είτε βουτώντας με τη βοήθεια οξυγόνου είτε κάνοντας snorkeling δηλαδή με τη βοήθεια αναπνευστήρα μπορεί να δει κανείς το μουσείο από την επιφάνεια της θάλασσας. Τέλος η μεγάλη έκτασης προβολής του συγκεκριμένου εγχειρήματος βοήθησε και στη προβολή της ίδιας της περιοχής μέσα από τα παγκόσμια μέσα μαζικής ενημέρωσης και του διαδικτύου. (<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2514504/Take-sights-UNDERWATER-MUSEUM-Mexican-visitor-attraction-successfully-using-exhibits-grow-new-coral-reef.html> και <http://www.businessinsider.com/cancun-underwater-museum-museo-subacutico-de-arte-2015-5>).



Εικόνα 2, πηγή: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2514504/Take-sights-UNDERWATER-MUSEUM-Mexican-visitor-attraction-successfully-using-exhibits-grow-new-coral-reef.html>

5.2 Ο ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:



Γράφημα,2

Πηγή: Ministry of Foreign Affairs,2015

Σε Ευρωπαϊκό έδαφος από τα 5.000.000 ενεργών δυτών το 1.500.000 πραγματοποιεί τουλάχιστον ένα ταξίδι τον χρόνο με μέσο όρο διανυκτερεύσεων τις 10 ημέρες και συνολική δαπάνη περισσότερα από 1,5 δις ευρώ (http://www.citybranding.gr/2016/01/blog-post_19.html#). Στο παραπάνω διάγραμμα αποτυπώνεται το πώς διαμορφώνεται ο καταδυτικός τουρισμός της Ευρώπης έως το 2013. Σύμφωνα με το διάγραμμα το μεγαλύτερο κομμάτι των ανθρώπων που ασχολούνται με τον καταδυτικό τουρισμό στην Ευρώπη προέρχεται κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και τη Γαλλία. Με τους Βρετανούς και τους Γερμανούς να πραγματοποιούν πάνω από 10 εκατομμύρια ταξίδια ετησίως ανάγοντας τους στη μεγαλύτερη ομάδα δυτών – τουριστών. Σε ότι αφορά την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των προορισμών της γηραιάς ηπείρου αυτή διαμορφώνεται κυρίως μεταξύ των tour – operators και των εταιριών που δραστηριοποιούνται στο destination management (Ministry of Foreign Affairs,2015).

Σε ότι αφορά το Ευρωπαϊκό νομοθετικό πλαίσιο τα καταδυτικά κέντρα θα πρέπει να πληρούν μια σειρά από απαιτήσεις όπως αυτές ορίζονται από Διεθνής και Ευρωπαϊκούς οργανισμούς. Οι πιο γνωστοί σε Ευρωπαϊκό έδαφος είναι η Confédération Mondiale des Activités Subaquatiques (CMAS) και η British Sub Aqua Club (BSAC). Οι συγκεκριμένοι οργανισμοί παρέχουν πιστοποιήσεις στα καταδυτικά κέντρα προκειμένου να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία και η ασφάλεια που απαιτείται μια τέτοιους είδους ενασχόληση όπως είναι η κατάδυση. Επίσης με τον νόμο EN 14467/ ISO 24803 ορίζονται όλα εκείνα τα απαιτούμενα τα οποία πρέπει να έχει ένα καταδυτικό κέντρο όπως είναι οι εκπαιδευτές, μέτρα προστασίας, η ενοικίαση εξοπλισμού κ.α. (Ministry of Foreign Affairs, 2015).

5.2.1 ΚΑΤΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ: η περίπτωση της Μάλτας;

Σε ευρωπαϊκό έδαφος χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Μάλτας όπου μέσα από την ανάπτυξη διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού κατάφερε να αλλάξει το τουριστικό προϊόν της. Ως τη δεκαετία του 90 ο τουρισμός της Μάλτας βασιζόταν κυρίως στη Βρετανική αγορά ενώ αυτή η μαζικότητα είχε οδηγήσει και σε μόλυνση και του περιβάλλοντος. Έτσι οι δημόσιοι φορείς αντιλαμβανόμενοι το πρόβλημα αποφάσισαν να υιοθετήσουν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης προκειμένου να αλλάξουν τον τουρισμό της περιοχής. Και αυτό το επιτυγχάνουν στρεφόμενοι προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα προς το πολιτιστικό τον αθλητικό και θαλάσσιο τουρισμό (Bull και Weed, 1999).

Σε ότι αφορά τον καταδυτικό τουρισμό, αναπτύσσεται σε δυο νησιά του Μαλτέζικου συμπλέγματος το Γκότζο και το Καμίνιο. Τα δυο νησιά εξαιτίας του υποθαλάσσιου περιβάλλοντος τους το οποίο αποτελείται από ναυάγια, γκρεμούς, υφάλους, αρχαιολογικά ευρήματα αλλά και από πλούσια θαλάσσια ζωή και διανυγή νερά αποτελούν πόλο έλξης τουριστών εδώ και τριάντα χρόνια (<http://www.visitmalta.com/en/dive-sites>). Έτσι επισκεπτόμενος κανείς τη επίσημη σελίδα της Μάλτας στο διαδίκτυο μπορεί να πληροφορηθεί σχετικά με τον καταδυτικό τουρισμό και τρόπο διαχείρισης του. Συγκεκριμένα στη περιοχή εδρεύουν πιστοποιημένα καταδυτικά κέντρα τα οποία παρέχουν και την ανάλογη εκπαίδευση και πιστοποίηση στους τουρίστες με πιο γνωστό αυτό της PADI (<http://www.visitmalta.com/en/dive-centres>). Επίσης παρέχονται όλες οι πληροφορίες (τηλέφωνα και διευθύνσεις) σχετικά με το υποθαλάσσιο περιβάλλον, τις σχολές καταδύσεων, των παρεχόμενων υπηρεσιών και όσων απαιτούνται προκειμένου να διασφαλιστεί η ασφάλεια των τουριστών πριν επισκεφθούν την περιοχή (<http://www.visitmalta.com/en/tips-for-divers>). Πως όμως διαμορφώνεται ο καταδυτικός τουρισμός στη Μάλτα; Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2012 με τη συμμετοχή διάφορων καταδυτικών κέντρων εκτιμήθηκε πως την επισκέφθηκαν τη συγκεκριμένη περίοδο 85.000 τουρίστες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών

προέρχονται από τη Γερμανία και τη Μεγάλη Βρετανία (<http://www.independent.com.mt/articles/2014-01-31/news/85000-chose-malta-as-a-diving-destination-in-2012-3834675201/>). Ενώ σύμφωνα με στοιχεία του 2014 ο καταδυτικός τουρισμός καταλαμβάνει το 27% του ΑΕΠ της χώρας (http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/xrysafi_o_tourismos_ton_katadyseon-64025950/). Σχετικά με τη διαμόρφωση των τουριστικών πακέτων ενδεικτικά να αναφέρουμε πως ένα σαββατοκύριακο μπορεί να ανέρχεται στα 205€ συμπεριλαμβανομένου και του εκπαιδευτή κατά τους θερινούς μήνες (<http://www.divemalta-gozo.com/holidays.htm>).

5.3 Ο ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:

Το μεγαλύτερο κομμάτι της οικονομίας της χώρας μας στηρίζεται στο τριτογενή τομέα. Ήδη από τη δεκαετία του 1970 ο τουρισμός ανθίζει στην Ελλάδα και δημιουργούνται ολοένα περισσότερες υποδομές. Έτσι μέσα σε λίγα χρόνια η Ελληνική επικράτεια κατακλύζεται από τουριστικές μονάδες και τουρίστες από όλο τον κόσμο. Λόγω της γεωγραφικής της θέσης το είδος του τουρισμού το οποίο επικρατεί είναι το ήλιος – θάλασσα. Επίσης τα 13.000 χλμ. ακτογραμμής και το πλήθος νησιών αποτέλεσαν ιδανικά και αναπτύχθηκε και συνεχίζει να αναπτύσσεται ο θαλάσσιος τουρισμός (Buhalis και Diamantis, 2001). Σήμερα ο ελληνικός τουρισμός διαμορφώνεται ως εξής: η Ελλάδα συνεχίζει να αποτελεί δημοφιλή προορισμό και αυτό φαίνεται από τον αριθμό των αφίξεων ο οποίος ολοένα και αυξάνεται. Συγκεκριμένα για το πρώτο οκτάμηνο του 2016 ο τουρισμός της χώρας παρουσιάζει 6,5% αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος (<http://www.cnn.gr/travel/ellada/story/46408/ayxisi-ton-afixeon-to-proto-oktamino-toy-2016-katagrafei-o-ellinikos-toyrismos>). Ωστόσο όπως φαίνεται με στοιχεία της τράπεζας της Ελλάδος οι καταναλώσεις για τη φετινή χρονιά παρουσιάζουν σημαντική πτώση σε σχέση με τη περασμένη και συγκεκριμένα η πτώση στα έσοδα υπολογίζεται στα 4,8%. Που οφείλεται αυτό; Πολλοί αποδίδουν το φαινόμενο αυτό στην οικονομική κρίση και συγκεκριμένα στην αύξηση της φορολογίας η οποία οδηγεί σε παραβατικές συμπεριφορές από πλευράς επαγγελματιών (<http://www.skai.gr/news/finance/article/325336/trapeza-tis-ellados-meiomena-kata-48-ta-esoda-apo-ton-tourismo-sto-eptamino-ianouariou-iouliou/>).

Ο καταδυτικός τουρισμός στη χώρα μας ξεκινά το 2005 ενώ το 2009 πραγματοποιείται και η πρώτη μετατροπή του καταδυτικού νόμου δίνοντας το έναυσμα για την αύξηση των καταδύσεων (<http://traveldailynews.gr/columns/article/1779>). Η ύπαρξη όχι μόνο διαυγών και ζεστών νερών και καλών κλιματολογικών συνθηκών αλλά και ο πλούτος του υποθαλάσσιου περιβάλλοντος στο οποίο συναντά κανείς από πλούσια χλωρίδα και πανίδα ως αρχαιολογικά ευρήματα και ναυάγια καθιστούν την Ελλάδα καταδυτικό προορισμό με 230.000 τουρίστες να επιλέγουν τα ελληνικά νερά σύμφωνα με στοιχεία του 2014 (http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/xrysafi_o_tourismos_ton_katadyseon-64025950/). Που μπορεί να καταδυθεί κανείς στην Ελλάδα; Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά καταδυτικά κέντρα μερικά από αυτά τα συναντά κανείς στις εξής περιοχές: Ρόδος, Κρήτη, Λέσβος, Κεφαλονιά, Ζάκυνθος, Αλόνησος, Χίος, Χαλκιδική, Σαντορίνη κ.α. Επίσης σε κάθε περιοχή λειτουργούν και κέντρα πιστοποίησης όπως είναι η PADI. (<http://www.alternativegreece.gr/WebForms/CategoryDisplay.aspx?ID=91>).

5.3.1 ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:

Μέσα από το άρθρο 13 του ν. 3409/2005 ορίζεται το νομοθετικό πλαίσιο το οποίο αφορά την οργάνωση των καταδύσεων και των υποδομών που απαιτούνται. Έτσι λοιπόν ο συγκεκριμένος νόμος έρχεται για καλύψει οποιαδήποτε κενά είχαν δημιουργηθεί από παλαιότερους νόμους. Με τη νέα νομοθεσία ελαστικοποιούνται παλαιότερες απαγορεύσεις αλλά και δημιουργείται το κατάλληλο πλαίσιο προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του υποθαλάσσιου περιβάλλοντος καθώς και της υποθαλάσσιας ενάλιας κληρονομιάς. Ενώ υπάρχει πρόβλεψη και για τις περιοχές NATURA. Επίσης ορίζονται οι πιστοποιήσεις οι οποίες είναι απαραίτητες για τη δημιουργία ενός καταδυτικού πάρκου καθώς και το τι κριτήρια θα πρέπει να πληροί. Εφόσον κατασκευάζεται ένα καταδυτικό πάρκο σε μια περιοχή δημιουργούνται και ανησυχίες για το φυσικό περιβάλλον και τη προστασία του έτσι μέσα από το νομοθετικό πλαίσιο ορίζονται και οι αντίστοιχες παράμετροι προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του περιβάλλοντος της εκάστοτε περιοχής. Συνοψίζοντας μέσα από τον καταδυτικό νόμο δημιουργείται ένα πλαίσιο διαχείρισης, πιστοποίησης αλλά και προστασίας προκειμένου μέσα από τη δημιουργία καταδυτικών πάρκων να αναπτυχθεί και ο καταδυτικός τουρισμός

(<http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=IUwrnw5ZXH0%3D&tabid=555> και Scalkos και άλλοι 2009).

5.3.2 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ:

Πάρκο Ζακύνθου:

Στο Ιόνιο πέλαγος λειτουργεί το εθνικό θαλάσσιο πάρκο Ζακύνθου ιδρύθηκε το 1999. Σκοπός του πάρκου είναι να διαφυλάξει τη προστασία της θαλάσσιας χελώνας *Caretta caretta* αλλά και τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Επισκεπτόμενος κανείς το πάρκο εκτός της κατάδυσης μπορεί είτε να συμμετάσχει σε κάποια από τις προγραμματισμένες δράσεις είτε να παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα είτε να επισκεφθεί το μουσείο που λειτουργεί στη παράκτια περιοχή (<http://www.nmp-zak.org/el/node/98>). Εκτός όμως της προστασίας του οικοσυστήματος της περιοχής το θαλάσσιο πάρκο Ζακύνθου αποτελεί και σημαντική πηγή εσόδων για την τοπική κοινωνία με τα άμεσα και έμμεσα οφέλη να υπολογίζονται στα 10 εκ. ευρώ ετησίως. Σε ότι αφορά τους επισκέπτες του πάρκου ανέρχονται στους 170.000 και προέρχονται κυρίως από την Γερμανία, την Αγγλία, την Ιταλία, την Γαλλία και την Ρωσία. Άλλα στοιχεία; Χάρτης; Πρόσβαση;

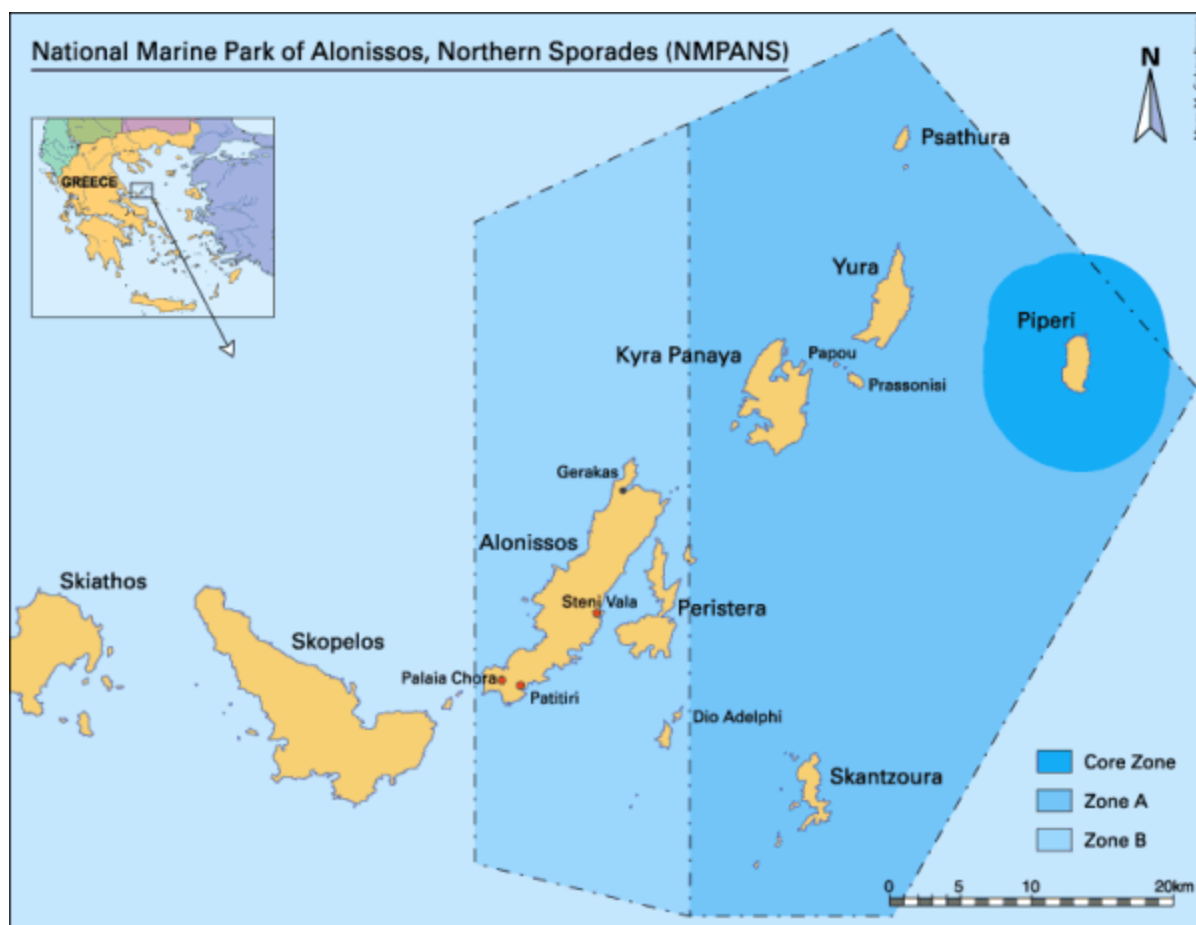
(http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/xrysafi_o_tourismos_ton_katadyseon-64025950/)



Χάρτης 1, πηγή: <http://www.zanteisland.com/imm/parcomarino/mappa.jpg>

Πάρκο Αλοννήσου:

Το εθνικό πάρκο Αλοννήσου ιδρύεται το 2003 στη περιοχή των βορείων Σποράδων και αποτελείται από έξι νησιά. Καταδυόμενος κανείς στη θαλάσσια περιοχή της Αλοννήσου έρχεται αντιμέτωπος με τη πλούσια πανίδα και χλωρίδα αλλά και με πλήθος αρχαιολογικών ευρημάτων εξαιτίας των ναυαγίων που βρέθηκαν εκεί (<http://alonissos-park.gr/>). Έτσι η περιφέρεια Θεσσαλίας έχει αναλάβει να αναδείξει όλο αυτό τον αρχαιολογικό πλούτο ο οποίος περιλαμβάνει ευρήματα από τον 4^ο αι – 5^ο αι. π.Χ. ως τα Βυζαντινά χρόνια δημιουργώντας το πρώτο υποβρύχιο μουσείο της χώρας (<http://tablet.ethnos.gr/article.asp?catid=24041&subid=2&pubid=63696982>). Ακόμη στόχος είναι και η προστασία του οικοσυστήματος της περιοχής και ειδικότερα της μεσογειακής φώκιας (<http://alonissos-park.gr/>). Επίσης η δημιουργία του πάρκου έδωσε το έναυσμα για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων στη περιοχή όπως είναι οι σχολές κατάδυσης (http://alonnisos.net/activities/article/scuba_divings_activities).



Χάρτης 2, πηγή: http://www.alonissos.biz/user/gimage/mapnmp01_gif_600_460.png

6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ:

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας αφορά τη αρθρογραφική και βιβλιογραφική ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας. Όπως επίσης και το σχολιασμό και συλλογή δευτερογενών δεδομένων. Σε ότι αφορά την ενότητα της πρότασης αυτή βασίζεται στο σχεδιασμό ενός σχεδίου μάρκετινγκ, σύμφωνα με το οποίο παρουσιάζεται η συνολική ιδέα της πρότασης, η στρατηγική προώθησης όπως επίσης και τα εκτιμώμενα οφέλη από την πραγματοποίηση της επένδυσης από κοινωνικής προσέγγισης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία προκύπτουν είναι τα εξής:

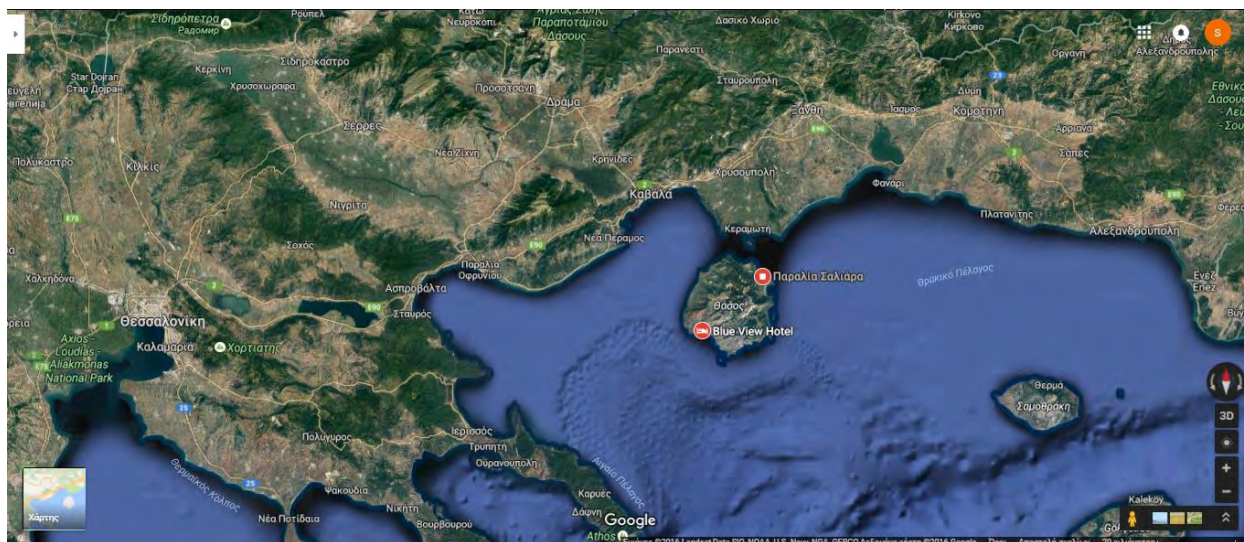
- ✓ Πως μπορούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού να εφαρμοστούν σε μια τοπική κοινωνία;
- ✓ Μπορούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού να συμβάλλουν στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής;
- ✓ Η τοπική κοινωνία της Θάσου μπορεί να υποστηρίξει ένα νέο είδος τουρισμού όπως είναι ο καταδυτικός;

Οι δυσκολίες οι οποίες παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας αφορούν κυρίως στη δυσκολία εξεύρεσης ποσοτικών δεδομένων. Τα ποσοτικά στοιχεία που αφορούν τη Θάσο στη πλειοψηφία τους είναι λιγοστά και συγκεχυμένα. Επίσης μια άλλη βασική δυσκολία που παρουσιάζεται είναι η απουσία αρχιτεκτονικών και πολεοδομικών γνώσεων προκειμένου να γίνει ο σχεδιασμός του πάρκου και αυτό είναι το στοιχείο το οποίο εκλείπει από την εργασία και προτείνεται για περαιτέρω μελέτη. Ακόμη σε επίπεδο οικονομικής εκτίμησης προτείνεται ένας προϋπολογισμός ως προς την κατασκευή του πάρκου ωστόσο δεν πραγματοποιείται οικονομική εκτίμηση μετά το πέρας της κατασκευής και λειτουργίας της επένδυσης εφόσον πρόκειται για μια εξελισσόμενη επιχείρηση και είναι δύσκολο να εκτιμηθεί η πορεία της αυτή τη στιγμή.

7. ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΘΑΣΟΥ

7.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ:

Το νησί της Θάσου γεωγραφικά τοποθετείται στην ανατολική Μακεδονία σε απόσταση 18 ναυτικών μιλίων από τη πόλη της Καβάλας και 6 ναυτικών μιλίων από τη Κεραμωτή. Η έκταση του νησιού είναι 378,84 τετρά. χλμ. και περιμετρικά το μήκος των ακτών της είναι 115 χλμ. Η Θάσος διοικητικά υπάγεται στη περιφέρεια ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Σε ότι αφορά τον πληθυσμό της σύμφωνα με την απογραφή του 2011 αυτός είναι 13.770 μόνιμοι κάτοικοι (<http://www.statistics.gr/2011-census-pop-hous>). Η πρόσβαση στο νησί πραγματοποιείται ακτοπλοϊκώς από τα πορθμεία της Κεραμωτής και της Καβάλας ενώ στη περιοχή της Χρυσούπολης σε απόσταση Χ χλμ. εδρεύει το αεροδρόμιο «Μέγας Αλέξανδρος» το οποίο εξυπηρετεί πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού. Σχετικά με την οικονομία της αυτή στηρίζεται στο πρωτογενή και τριτογενή τομέα. Τα κυρίως παραγόμενα προϊόντα είναι λάδι, ελιές και μέλι. Επίσης το νησί διαθέτει και πλουτοπαραγωγικές πηγές μαρμάρου και πετρελαίου (<http://www.thassos.gr/>).



Πηγή:

<https://www.google.gr/maps/search/%CE%B8%CE%B1%CF%83%CE%BF%CF%82+%CF%87%CE%B1%CF%81%CF%84%CE%B7%CF%82+google+maps/@40.7473845,24.3510506,136222m/data=!3m1!1e3>

7.2 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ Η ΘΑΣΟΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ:

Οι πρώτες αναφορές για το νησί της Θάσου εντοπίζονται στη μυθολογία και συγκεκριμένα στο μύθο της Ευρώπης όπου σε αναζήτηση της αδερφής του ,μετά την αρπαγή της από τον Δία, ο Θάσος καταλήγει στο νησί και το αποικίζει μαζί τους Φοίνικες οι οποίοι τον συνόδευαν. Σε ότι αφορά την ιστορία η ανθρώπινη δραστηριότητα πάνω στο νησί ήδη εντοπίζεται ήδη από τα προϊστορικά χρόνια και συγκεκριμένα τα πρώτα σημάδια οργανωμένης ζωής ξεκινούν προσδιορίζονται κατά τη νεολιθική εποχή. Κατά τους αρχαϊκούς χρόνους και συγκεκριμένα τον 7^ο αι. π.Χ. το νησί αποικίζεται από Πάριους και μέχρι τους Περσικούς πολέμους όπου και θα καταστραφεί ολοκληρωτικά γνωρίζει τη μεγαλύτερη ακμή του. Κατά τους κλασσικούς χρόνους η Θάσος συμμετέχει ως πόλη – κράτος στη Α' Αθηναϊκή συμμαχία από όπου αποστατούν και το νησί δέχεται την επίθεση του Αθηναϊκού στόλου. Παρόλη την καταστροφή του νησιού από τους Αθηναίους ο Πελοποννησιακός πόλεμος βρίσκει τους Θάσιους στο πλευρό των Αθηναίων. Κατά τον 4^ο αι. π.Χ. το νησί επανέρχεται μέχρι τον 1^ο αι. μ.Χ. όπου και η Ρωμαϊκή κυριαρχία κάνει την εμφάνιση της στον Ελλαδικό χώρο και οι Θάσος τίθεται στο πλευρό των Ρωμαίων. Μετά το πέρας των Ρωμαϊκών χρόνων και κατά την Βυζαντινή περίοδο οι βιβλιογραφικές αναφορές για το νησί είναι περιορισμένες το μόνο σίγουρο είναι ότι δεν γλίτωσε των επιδρομών των Σλαβικών και Αραβικών φύλων. Το 1479 ξεκινά η περίοδος της Οθωμανικής κατοχής για το νησί η οποία κρατά ως το 1813 όπου το νησί παραχωρείται στο Μεχμέτ Αλή. Κατά την περίοδο της Αιγυπτιακής κατοχής το νησί χαίρει προνομίων μέχρι τη διοικητική επιστροφή του στους Οθωμανούς. Το 1912 έρχεται η απελευθέρωση της Θάσου. Σε ότι αφορά τη νεότερη ιστορία του νησιού, το νησί κατά τον Α' Παγκόσμιο πόλεμο αποτέλεσε βάση των δυνάμεων της Αντάντ, ενώ κατά τη περίοδο της Μικρασιατικής εκστρατείας δέχτηκε μια μερίδα προσφύγων από της Μ. Ασίας. Ο Β' Παγκόσμιος πόλεμος βρίσκει το νησί υπό Βουλγαρική κατοχή ως το 1944 όπου τελικά έρχεται και η απελευθέρωση του (<http://www.thassos-view.com/el/istoria>).

Έτσι το ιστορικό παρελθόν του νησιού αντικατοπτρίζεται μέσα από την πληθώρα των αξιοθέατων που μπορεί κανείς να επισκεφτεί ερχόμενος στη Θάσο. Τα κυριότερα αξιοθέατα που μπορεί να δει είναι τα εξής:

- ✓ Το αρχαιολογικό μουσείο
- ✓ Η αρχαία αγορά
- ✓ Το αρχαίο θέατρο
- ✓ Το παλατάκι
- ✓ Το καλογερικό κ.α..

7.3 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΘΑΣΟΥ:

Ο τουρισμός για το νησί της Θάσου ξεκινά το 1960. Την συγκεκριμένη περίοδο δεν εντοπίζεται καμία υποδομή πάνω στο τουριστικό τομέα ωστόσο οι επισκέπτες αυξάνονται συνεχώς και μετά το 1965 ξεκινά επίσημα η τουριστική ανάπτυξη για το νησί. Όποτε το νησί περνά σε μια περίοδο κατά την οποία οι κάτοικοι βλέπουν το εισόδημα τους να αυξάνεται και ξεκινά η κατασκευή τουριστικών μονάδων εκτοξεύοντας την αξία της γης. Επίσης αναπτύσσονται και οι πρώτες επιχειρήσεις γύρω από τον τουρισμό. Εκείνη την εποχή η Θάσος εντάσσεται στο πρόγραμμα Ξενία του ΕΟΤ και το ξενοδοχείο κατασκευάζεται στη πρωτεύουσα του νησιού (Παγκάλου, 2013).

Σε ότι αφορά τον τουρισμό της Θάσου σήμερα το μεγαλύτερο κομμάτι των τουριστών που επισκέπτονται το νησί προέρχεται από τα Βαλκάνια ενώ σε μικρότερο ποσοστό εντοπίζονται τουρίστες από Αγγλία, Γερμανία και άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Έτσι σύμφωνα με έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε από το Δήμο Καβάλας το ποσοστό των τουριστών από τις Βαλκανικές χώρες φτάνει το 48%. Επίσης η Θάσος είναι η περιοχή με το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών στο νομό (<http://www.kavalagreece.gr/>). Στο νησί επίσης δραστηριοποιούνται και γνωστοί Tour Operators όπως είναι ο Thomas Cook, η Tui και ο Μουζενίδης.

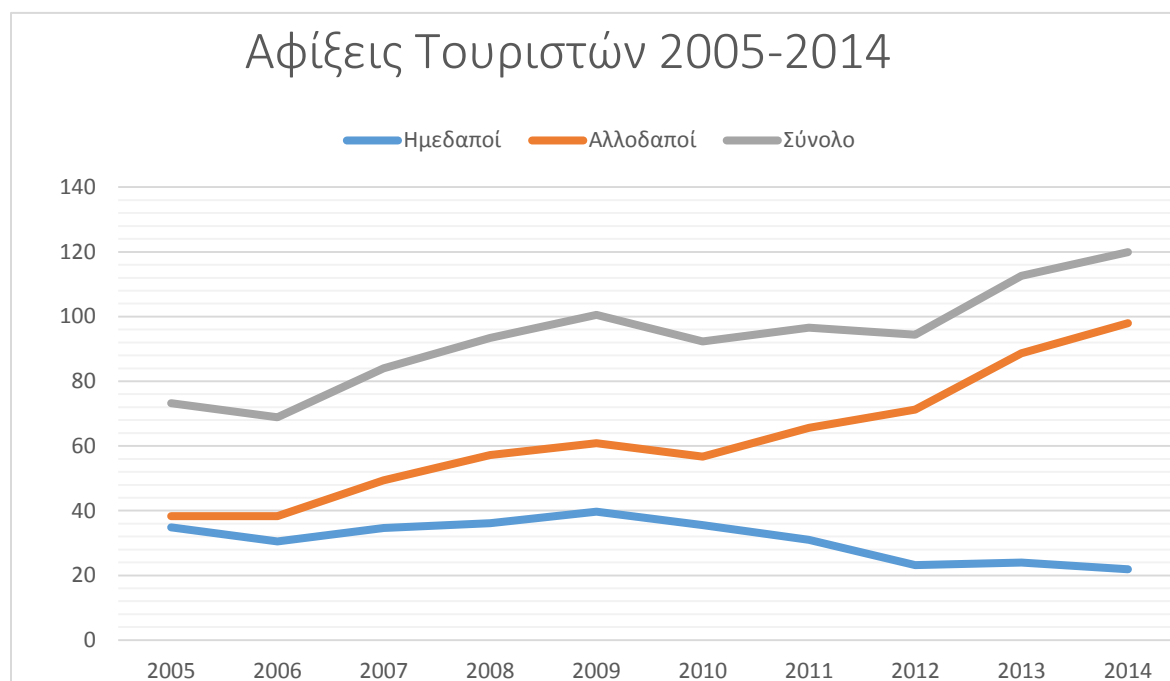
Πιο αναλυτικά εξετάζοντας την τουριστική κίνηση του νησιού από το 2005 - 2014:

Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα:

ΕΤΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΣΕ ΧΙΛ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΕ ΧΙΛ.	ΣΥΝΟΛΟ
2014	21.927	97.993	119.920
2013	23.924	88.679	112.603
2012	23.137	71.271	94.408
2011	31.028	65.567	96.595
2010	35.582	56.746	92.328
2009	39.705	60.817	100.522
2008	36.174	57.236	93.410
2007	34.616	49.372	83.988
2006	30.531	38.334	68,865
2005	34.883	38.322	73.205

Πίνακας,5 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2014> , ίδια επεξεργασία.

Γραφική απεικόνιση: τουριστική κίνηση της Θάσου



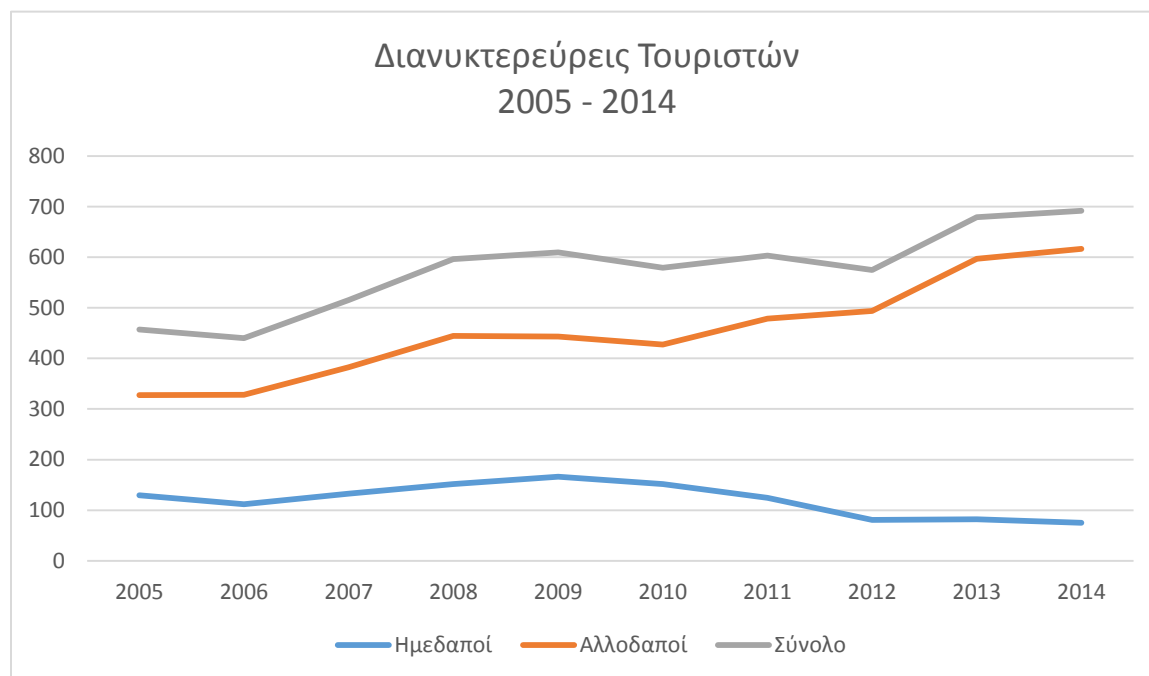
Γράφημα, 3 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2014> , ίδια
επεξεργασία

Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα:

ΈΤΗ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΣΕ ΧΙΛ.	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΕ ΧΙΛ.	ΣΥΝΟΛΟ
2014	75.310	616.405	691.715
2013	82.207	597.211	679.418
2012	80.750	494.186	574.936
2011	124.309	479.007	603.316
2010	151.771	427.555	579.326
2009	166.205	443.303	609.528
2008	151.838	444.652	596.490
2007	132.409	382.773	515.182
2006	111.621	328.221	439.842
2005	129.714	327.377	457.091

Πίνακας 6 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2014> , ίδια
επεξεργασία

Γραφική απεικόνιση: Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Θάσου



Γράφημα,4 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2014> , ίδια επεξεργασία

Εξετάζοντας τα παραπάνω όπως παρουσιάζεται στα διαγράμματα 3 και 4 ο τουρισμός στην Θάσο φαίνεται να έχει στο σύνολο του ανοδική πορεία. Πιο συγκεκριμένα σε ότι αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες ήδη από το 2005 η τουριστική εισροή αυξάνεται αγγίζοντας για το 2015 τις 771.580 διανυκτερεύσεις και έτσι παρουσιάζεται μια αύξηση σε σχέση με το 2014 της τάξεως του 11%. Σε ότι αφορά τους ημεδαπούς τουρίστες τόσο τουριστική εισροή όσο και το σύνολο των διανυκτερεύσεων παρουσιάζουν πτωτική πορεία από το 2009 δηλαδή από την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης και μετά. Σχετικά με τις διανυκτερεύσεις αυτό που προκύπτει από τον πίνακα 6 είναι ότι στο σύνολο τους ο μέσος όρος διανυκτέρευσης ενός τουρίστα είναι έξι μέρες.

7.4 ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ:

Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις:

Κατηγορία	Σύνολο
5 Αστέρων (*****)	3
4 Αστέρων (****)	10
3 Αστέρων (***)	30
2 Αστέρων (**)	116
1 Αστέρων (*)	47
Γενικό σύνολο	206
Δωμάτια	5.144
Κλίνες	10.267

Πίνακας, 7

Πηγή: http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2015-HOTELS_REGIONS.pdf

Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος, ίδια επεξεργασία.

Ενοικιαζόμενα δωμάτια – διαμερίσματα:

Κατηγορία / Τύπος	Σύνολο
Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα	192
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	576
Τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες	48
Γενικό Σύνολο	816

Πίνακας, 8 Πηγή: <http://thassosrooms.gr/el/rooms> Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Θάσου, ίδια επεξεργασία

Όπως φαίνεται στους δύο παραπάνω πίνακες (7 και 8) το δυναμικό των επιχειρήσεων το οποίο απαρτίζει το νησί της Θάσου σήμερα συντελείται ως εξής: το σύνολο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αγγίζει τις 206 επιχειρήσεις ενώ το σύνολο των κλινών φτάνει τις 10.267 κλίνες. Έτσι για το 2015 η πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων άγγιξε το 82,2%. Όπως φαίνεται και στο πίνακα 7 ο μεγαλύτερος αριθμός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων εντάσσεται στη κατηγορία των δύο αστερών ενώ τα ξενοδοχεία πέντε αστερών είναι ελάχιστα. Επίσης η περιοχή με την μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι η σκάλα Ποταμιάς. Σε επίπεδο ενοικιαζόμενων δωματίων αυτά ανέρχονται στις 816 επιχειρήσεις. Επίσης στο νησί υπάρχουν και τέσσερις οργανωμένες κατασκηνώσεις (κάμπινγκ).

7.5 ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ:

Σε επίπεδο τουριστικής προβολής και προώθησης πραγματοποιούνται διάφορες ενέργειες και από πλευράς Περιφέρειας ΑΜΘ αλλά και από πλευράς δημοσίων φορέων και επιχειρήσεων προκειμένου να προβληθεί το νησί ως τουριστικός προς τα έξω. Συγκεκριμένα εντοπίζονται τα εξής:

- Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. Σε ετήσια βάση οι σύλλογοι ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε συνεργασία με τους δημόσιους φορείς συμμετέχουν σε διάφορες τουριστικές εκθέσεις. Σε ό,τι αφορά τις εκθέσεις του εξωτερικού η παρουσία τους εντοπίζεται κυρίως σε τουριστικές εκθέσεις των Βαλκανίων και της Τουρκίας όπως είναι η έκθεση EMIT η οποία πραγματοποιείται κάθε χρόνο στην Κωνσταντινούπολη (<http://www.kavalapress.gr/to-epimelitirio-kavalas-stin-diethni-ekthesi-tourismou-emitt-a-tsatsoulis-stochos-i-afxisi-ton-tou-rkon-paratheriston/>).
- Επίσης μέσα από τους Tour Operators το νησί προβάλλεται στις περιοχές τις οποίες δραστηριοποιούνται. Για παράδειγμα ο Μουζενίδης για το καλοκαίρι του 2016 ανακοίνωσε τη διαφήμιση της Θάσου στη Ρωσική αγορά μέσα από ένα εντυπωσιακό βίντεο από αέρος (<http://www.tornosnews.gr/permalink/20302.html>).
- Το νησί επίσης προβάλλεται προς τα έξω και μέσω του διαδικτύου. Οι κυριότερες οι οποίες εντοπίζονται είναι:
<http://www.thassos.gr/>
<http://www.thassos-view.com/>
<http://www.go-thassos.gr/gr>
<http://www.thassos-island.gr/el/>
Ενώ και στη σελίδα <http://gogreecenow.com/> υπάρχει σελίδα για το νησί.
- Τέλος, μετά την καταστροφή από τις πυρκαγιές του περασμένου καλοκαιριού ο δήμος Θάσου σε συνεργασία με το σύλλογο ξενοδόχων ανήγγειλε σχέδιο προβολής και προώθησης του νησιού το οποίο στοχεύει στον «επαναπροσδιορισμό της τουριστικής φήμης». Οι κύριες θέσεις του σχεδίου είναι η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η προσέλκυση νέων Tour Operators, η προβολή του φυσικού πλούτου και τοπίου του νησιού κ.α. (<http://www.tour-market.gr/plano-stoxeymenhs-prowthishs-apo-toys-ksenodoxoys-ths-thasoy/>).

7.7 S.W.O.T ANALYSIS:

Η S.W.O.T Analysis πραγματοποιείται με βάση το υπάρχον τουριστικό προϊόν της Θάσου το οποίο αναλύθηκε παραπάνω.

Δυνάμεις	Αδυναμίες
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Γεωγραφική θέση. Το νησί βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τις ακτές της Ανατολικής Μακεδονίας. Επίσης βρίσκεται πολύ κοντά στα Βαλκάνια καθιστώντας εφικτή την οδική πρόσβαση. ✓ Προσβασιμότητα. Η απόσταση από το λιμάνι της Κεραμωτής είναι μόλις 6 ναυτικά μίλια. Επίσης κατά τους θερινούς μήνες τα δρομολόγια της ακτογραμμής είναι συνεχή. ✓ Πλούσιο πολιτιστικό υπόβαθρο. ✓ 115 χιλ. ακτογραμμής. Δημιουργώντας περιμετρικά πλήθος οργανωμένων παραλιών με καθαρά νερά. ✓ Πλούσιο φυσικό τοπίο. ✓ Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για όλα τα βαλάντια. Μπορεί κανείς να επιλέξει από 5 αστέρια ξενοδοχεία έως οργανωμένες κατασκηνώσεις για τη διαμονή του. ✓ Ύπαρξη γνωστών Tour Operators. Στη περιοχή δραστηριοποιούνται γνωστοί Tour Operators όπως είναι ο Thomas Cook, η Tui και ο Μουζενίδης. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Μικρή τουριστική περίοδος. Η τουριστική περίοδος για την Θάσο διαρκεί 4 μήνες από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο. ✓ Η ύπαρξη δημοφιλών προορισμών όπως είναι η Χαλκιδική σε κοντινή απόσταση αυξάνουν τον ανταγωνισμό και διεκδικούν μεγάλη μερίδα των τουριστών. ✓ Δεν υποστηρίζεται κάποια εναλλακτική μορφή τουρισμού ώστε να διαφοροποιηθεί το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. ✓ Δεν υπάρχει συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις πέραν των Βαλκανικών. ✓ Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών προέρχεται από Βαλκανικές χώρες με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα.² ✓ Λόγω της οικονομικής κρίσης το ποσοστό των ημεδαπών τουριστών ήδη από το 2009 βρίσκεται σε πτωτική πορεία. ✓ Ο αριθμός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της κατηγορίας των πέντε αστέρων είναι ελάχιστος.

² Σύμφωνα με έκθεση της Eurostat οι Βαλκανικές χώρες (Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία κ.λπ.) έχουν από τα χαμηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στην Ευρώπη (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:GDP_per_capita,_consumption_per_capita_and_price_level_indices/el).

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ανοδική πορεία της τουριστικής εισροής. ✓ Δράσεις προβολής και προώθησης. Οι δημόσιοι φορείς σε συνεργασία με τους επαγγελματίες πραγματοποιούν ενέργειες προβολής με στόχο την αύξηση των τουριστών. ✓ Ύπαρξη επιχειρήσεων οι οποίες προσφέρουν διάφορες δραστηριότητες όπως είναι θαλάσσια σπορ, κρουαζιέρες κ.α.. ✓ Ασφάλεια. Το νησί προσελκύει κυρίως οικογένειες και άτομα τρίτης ηλικίας δημιουργώντας ένα ήσυχο περιβάλλον. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Μεγάλο ποσοστό των παραλιών είναι ανοργάνωτες.
Ευκαιρίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων. ✓ Ολοκλήρωση κατασκευής της μαρίνας. ✓ Προσέλκυση ξένων επενδύσεων. ✓ Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ήδη υπάρχει πρόθεση από τον δήμο Θάσου ώστε να αναπτυχθεί γαστρονομικός και πολιτιστικός τουρισμός. ✓ Συμμετοχή σε διεθνής εκθέσεις. Φέτος η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης συμμετέχει σε εκθέσεις της Ιταλίας και της Γαλλίας. ✓ Ύπαρξη ανοργάνωτων παραλιών οι οποίες είναι ελεύθερες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Πολιτική κατάσταση. ✓ Οικονομική κρίση. ✓ Άλλοι νησιωτικοί προορισμοί. ✓ Άλλοι προορισμοί της Μεσογείου. ✓ Απαξίωση μοντέλου φθηνών διακοπών (Ηλιος-θάλασσα)

Πίνακας 9, Πηγή: ίδια επεξεργασία

8. Η ΠΡΟΤΑΣΗ

8.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ/ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΠΟΒΡΥΧΕΙΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΣΤΗ ΣΑΛΙΑΡΑ:

Η πρόταση βασίζεται στη κατασκευή καταδυτικού πάρκου στη περιοχή Σαλιάρια. Σχετικά με το πάρκο προτείνεται η βύθιση λαξευμένων όγκων μαρμάρου. Ουσιαστικά πρόκειται για να ένα πάρκο υπό τη μορφή ενός υποβρύχιου μουσείου. Το μουσείο (πάρκο) τοποθετημένο σε μια υποθαλάσσια έκταση δυο τετραγωνικών χιλιομέτρων θα στελεχώνεται από λαξευμένα έργα από τοπικούς καλλιτέχνες με θέματα παρμένα από την ιστορία και τη μυθολογία του νησιού. Στόχος εκτός της προσέλκυσης τουριστών και της ανάπτυξης καταδυτικού τουρισμού είναι και η ενίσχυση του υποθαλάσσιου οικοσυστήματος όπως επίσης και η προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου. Σε ότι αφορά τους όγκους του μαρμάρου, αυτοί θα προέρχονται από τις λατομικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο νησί. Συγκεκριμένα τα λατομεία σε καθημερινή βάση πετούν όγκους μαρμάρου οι οποίοι δεν είναι κατάλληλοι προς εξαγωγή. Έτσι αυτό που προτείνεται είναι η χρησιμοποίηση τους για τη κατασκευή του μουσείου.

Επίσης προτείνονται και διάφορες δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να αναπτυχθούν μετά το πέρας της κατασκευής του πάρκου. Ειδικότερα μπορούν να πραγματοποιούνται δραστηριότητες για διάφορες κατηγορίες επισκεπτών όπως οι αρχάριοι, οι επαγγελματίες και οι οικογένειες με παιδιά. Έτσι για την κατηγορία των αρχαρίων προτείνονται δραστηριότητες όπως το snorkeling δηλ. παρατήρηση από την επιφάνεια της θάλασσας με αναπνευστήρα αλλά και κατάδυση με εξοπλισμό με συνοδεία επαγγελματία δασκάλου. Για την κατηγορία των δυτών με δίπλωμα προτείνονται δραστηριότητες κατάδυσης με εξοπλισμό αλλά και κατάδυση κατά τις βραδινές ώρες. Και τέλος για τις οικογένειες προτείνονται δραστηριότητες παρατήρησης από του βυθού είτε κάνοντας snorkeling είτε από μικρού μεγέθους σκάφη.



Εικόνα 3, πηγή: <http://www.gr-beaches.com/>

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ:

Σε απόσταση μόλις 5χιλ. από τη πρωτεύουσα του νησιού βρίσκεται η παραλία Σαλιάρα. Η περιοχή είναι ιδιαίτερα γνωστή στους επισκέπτες για το λευκό μάρμαρο το οποίο καλύπτει τη παραλία προσφέροντας ένα μοναδικό τοπίο στον επισκέπτη. Επίσης η συγκεκριμένη περιοχή αποτελεί σημείο εξόρυξης μαρμάρου ήδη από τα αρχαϊκά χρόνια ανάγοντας τη Θάσο σε κέντρο εμπορίου μαρμάρου (Kozelj και Wurch Kozelj, 2014). Σήμερα στη Σαλιάρα δραστηριοποιούνται οχτώ επιχειρήσεις με εξαγωγική δραστηριότητα σε Ελλάδα και εξωτερικό

(<http://www.thassos-island.gr/el/thassos/item/550-%CE%B5%CE%BE%CF%8C%CF%81%CF%85%CE%BE%CE%B7-%CE%BC%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BF%CF%85.html>).



Χάρτης 4, Πηγή: <https://www.google.gr/maps/@40.7193541,24.6976852,12z>

8.2 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ (Marketing Plan):

Ανάλυση Υφιστάμενης κατάστασης:

Σχετικά με το όπως έχει η διαμορφωθεί ο καταδυτικός τουρισμός στην Ελλάδα αυτή τη στιγμή, κατάδυση μπορεί να πραγματοποιήσει κανείς σε διάφορα σημεία της χώρας. Ωστόσο πιστοποιημένα καταδυτικά πάρκα υπάρχουν δύο στη Ζάκυνθο και στην Αλόνησο. Όμως όπως φαίνεται υπάρχει μια τάση και από άλλες περιφέρειες της χώρας προς ίδρυση αντίστοιχων πάρκων είτε φυσικών είτε τεχνητών εξαιτίας του χαμηλού κόστους της επένδυσης, της ύπαρξης ενάλιας πολιτιστικής κληρονομιάς στον Ελληνικό βυθό και των υψηλών κερδών που επιφέρει το συγκεκριμένο είδος τουρισμού. Ειδικότερα η περιφέρεια Κρήτης αλλά και η περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν ήδη εντάξει τη δημιουργία καταδυτικών πάρκων στα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης τους (http://www.ethnos.gr/politismos/arthro/ta_protta_katadytika_parka-64577683/ και <http://iscreta.gr/>) Αλλά και η γειτονική Κύπρος ανακοίνωσε τη κατασκευή υποβρύχιου μουσείου (<http://www.naftemporiki.gr/story/834398/kupros-ypobruxio-mouseio-me-thema-tin-elliniki-muthologia>).

8.2.1 PEST ANALYSIS:

Πολιτικοί παράγοντες/ political factors:

Σε ότι αφορά τους πολιτικούς παράγοντες οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν τη πραγματοποίηση της πρότασης αυτοί αφορούν τη πολιτική κατάσταση της χώρας. Το πολιτικό τοπίο της χώρας σήμερα κρίνεται ασταθές και σε αυτό συντελούν οι συνεχείς εκλογικές διαδικασίες που ως αποτέλεσμα έχουν τις συνεχείς εναλλαγές του πολιτικού σκηνικού.

Όπως ήδη προαναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο της εργασίας η ελληνική νομοθεσία με τον νόμο 3409/2005 όπως και η ευρωπαϊκή καλύπτει τη δημιουργία ενός καταδυτικού πάρκου ορίζοντας όλα τα προ απαιτούμενα που χρειάζονται και τη κατασκευή και τη διαχείριση του. Επίσης σύμφωνα με το άρθρο 41 του νόμου 3153/2003 και του νόμου 4014/2011 επιτρέπεται η κατασκευή τεχνητού καταδυτικού πάρκου μέσω της βύθισης αντικειμένων. Ειδικότερα σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο το πάρκο θα πρέπει να πληροί τα παρακάτω βασικά σημεία:

- ✓ Η διαχείριση του πάρκου ανατίθεται σε νομικό πρόσωπο. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ως φορέας διαχείρισης προτείνεται ο δήμος Θάσου.
- ✓ Σε ότι αφορά την καταλαμβανόμενη έκταση αυτή δεν θα ξεπερνά τα δυο τετραγωνικά χιλιόμετρα ενώ με τη χρήση ειδικών σημαντήρων θα γίνεται ορατή η οριοθέτηση του πάρκου.
- ✓ Σημαντικό ρόλο αποτελεί και η σήμανση του εξωτερικού χώρου. Ειδικότερα προτείνεται η τοποθέτηση σήμανσης μέσω της οποίας θα οδηγείται ο επισκέπτης στη περιοχή αλλά και η τοποθέτηση σήμανσης στο παραλιακό χώρο μέσω της οποίας θα ορίζονται οι απαραίτητοι κανόνες ασφαλείας.
- ✓ Άλλο σημαντικό στοιχείο είναι και η ασφάλεια. Έτσι προτείνεται η ύπαρξη ναυαγοσωστών και εκπαιδευτών στο χώρο.

(<http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=IUwrnw5ZXH0%3D&tabid=555> και Scalkos και άλλοι 2009).

Εφόσον τα υλικά κατασκευής των έργων των οποίων προτείνεται η βύθιση τους θα αποτελούν δωρεά των υφιστάμενων λατομικών επιχειρήσεων καλό θα είναι να αποσαφηνιστεί το νομοθετικό πλαίσιο της δωρεάς. Σύμφωνα με τον νόμο 669/77 ορίζεται το πλαίσιο περί εκμεταλλεύσεως των λατομίων. Σύμφωνα με τη νομοθεσία ορίζονται τρεις κατηγορίες υλικών από τα οποία κατάλληλα προς δωρεά και εκμετάλλευση είναι τα αδρανή υλικά (http://www.elinyae.gr/el/lib_file_upload/a241_77.1141134104438.pdf).

Οικονομικοί παράγοντες/ economic factors:

Σε ότι αφορά τους οικονομικούς παράγοντες η χώρα τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή βρίσκεται σε περίοδο οικονομικής κρίσης οι οποία μπορεί να επηρεάσει τη πραγματοποίηση της πρότασης. Συγκεκριμένα το γεγονός του δανεισμού της χώρας από ξένες αγορές μπορεί να επηρεάσει την ένταξη του πάρκου σε ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης. Ειδικότερα και σε ότι αφορά το νησί της Θάσου η οικονομία του νησιού στηρίζεται κυρίως στο τριτογενή και πρωτογενή τομέα ενώ διαθέτει και πλουτοπαραγωγικές πηγές μαρμάρου και πετρελαίου.

Κοινωνικοί παράγοντες/ social factors:

Σε ότι αφορά το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο προτείνεται η ένταξη του καταδυτικού πάρκου αξίζει να σημειωθεί πως πρόκειται για μια μικρού μεγέθους κοινωνία οι οποία δραστηριοποιείται κυρίως στο πρωτογενή και τριτογενή τομέα. Ειδικότερα η ενασχόληση του μεγαλύτερου ποσοστού των κατοίκων με τον τριτογενή τομέα τους καθιστά εξοικειωμένους με τον τουριστικό τομέα. Επίσης η ελληνική φιλοξενία είναι ιδιαιτέρως γνωστή.

Τεχνολογικοί παράγοντες/ technological factors:

Για την πραγματοποίηση της πρότασης σημαντικός είναι ο παράγοντας της τεχνογνωσίας. Εφόσον από την εξόρυξη και τη λάξευση του μαρμάρου ως τη βύθιση των έργων και τη λειτουργία του πάρκου απαραίτητη κρίνεται η στελέχωση από καταρτισμένους ανθρώπους οι οποίοι θα καταφέρουν να υλοποιήσουν και τη κατασκευή του πάρκου αλλά και τη λειτουργία του.

8.2.2 S.W.O.T Analysis:

Δυνατότητες	Αδυναμίες
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Προσβασιμότητα. Το πάρκο είναι προσβάσιμο και οδικώς αλλά και από θαλάσσης. Επίσης απέχει μόλις 6 χλμ. από τη πρωτεύουσα του νησιού. ✓ Καθαρά και διαυγή νερά. Η αντανάκλαση του ήλιου πάνω στα μαρμάρινα χαλίκια που υπάρχουν στη περιοχή προσφέρει πλήρη ορατότητα κάτω από το νερό. ✓ Μικρό βάθος της θάλασσας. ✓ Φυσικό περιβάλλον. Ο κόλπος που δημιουργεί τη παραλία Σαλιάρα είναι τοποθετημένος μέσα σε πευκοδάσος. ✓ Αναγνωρισιμότητα. Η παραλία της Σαλιάρας είναι ιδιαίτερος γνωστή στους επισκέπτες. ✓ Ύπαρξη μελέτης αξιοποίησης και βελτίωσης του παραλιακού χώρου. ✓ Η ύπαρξη τουριστικών επιχειρήσεων σε κοντινή απόσταση. Συγκεκριμένα εδρεύει πολύ κοντά στη παραλία το ξενοδοχείο Μακρύαμμος. ✓ Η δυνατότητα ύπαρξης εκπαιδευτή. ✓ Φύλαξη. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία του πάρκου απαραίτητη κρίνεται η παρουσία ναυαγοσώστη στη περιοχή. ✓ Σήμανση. Σύμφωνα με το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο είναι απαραίτητη η τοποθέτηση ειδικής σήμανσης. ✓ Στο νησί ήδη δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις πάνω στην ελεύθερη κατάδυση. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Κακό οδικό δίκτυο. Ο δρόμος που οδηγεί στη παραλία είναι δασικός. Επιπλέον είναι ο συγκεκριμένος δρόμος χρησιμοποιείται από τις λατομικές επιχειρήσεις έτσι σε καθημερινή βάση μπορεί να συναντήσει κανείς αυτοκίνητα μεγάλου όγκου τα οποία μεταφέρουν μαρμαρίνους όγκους. ✓ Ύπαρξη εργοταξίων σε κοντινή απόσταση. ✓ Εισιτήριο. Η ύπαρξη εισιτηρίου μπορεί να είναι αποτρεπτική για μια μερίδα επισκεπτών. ✓ Η λάξευση των αγαλμάτων είναι μια χρονοβόρα διαδικασία. ✓ Η παραλία στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο είναι ανοργάνωτη. ✓ Το γεγονός ότι βρίσκεται μέσα σε δάσος την καθιστά εκτός σχεδίου πόλεως άρα δεν υπάρχει δυνατότητα ηλεκτροδότησης και υδροδότησης.
Ευκαιρίες	Απειλές

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Αξιοποίηση Ευρωπαϊκών προγραμμάτων ✓ Προσέλκυση νέων αγορών/επενδύσεων ✓ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ✓ Δημιουργία νέων επιχειρήσεων ✓ Ανανέωση του τουριστικού προϊόντος του νησιού. ✓ Νέα εισοδηματική πηγή για τον δήμο Θάσου. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Οικονομική κρίση ✓ Πολιτική κατάσταση ✓ Άλλα καταδυτικά πάρκα σε Ελλάδα και Μεσόγειο.
---	---

Πίνακας 10, πηγή: ιδία επεξεργασία

8.2.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:

Ως ανταγωνιστικό περιβάλλον του καταδυτικού πάρκου θεωρούνται τα υπόλοιπα καταδυτικά πάρκα που λειτουργούν στον ελλαδικό και μεσογειακό χώρο. Όπως ήδη προαναφέρθηκε και παραπάνω καταδυτικά πάρκα λειτουργούν σε διάφορα σημεία του πλανήτη και πρόκειται για μια ήδη διαμορφωμένη αγορά. Σχετικά με την ελληνική αγορά πάνω στο καταδυτικό τουρισμό έχει διαμορφωθεί ως εξής: τα καταδυτικά πάρκα που λειτουργούν αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα είναι πάρκα παρατήρησης είτε της άγριας ζωής είτε αρχαίων ναυαγίων.

Ειδικότερα σε ότι αφορά τα πάρκα του ελλαδικού χώρου ανταγωνιστικά προς το πάρκο της Θάσου κρίνεται αυτό της Αλοννήσου αλλά και αυτό της Ζακύνθου.

Εθνικό πάρκο Ζακύνθου:

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
Μεγάλη επισκεψιμότητα	Περιβαλλοντικά προβλήματα
Αναγνωρισιμότητα	Έπαρξη χωματερής εντός του πάρκου
Έπαρξη μουσείου	Δυσφήμιση λόγω της ρύπανσης
Ερευνητικά και εκπαιδευτικά προγράμματα	

Πίνακας 11, πηγή: ίδια επεξεργασία, <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=616421> και <http://www.nmp-zak.org/el/node/98>

Εθνικό πάρκο Αλοννήσου:

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
Πλούσιο υποθαλάσσιο περιβάλλον	Καθυστερήσεις στη έναρξη λειτουργίας του πάρκου
Δραστηριότητες	Δεν έχει ξεκινήσει η λειτουργία του κέντρου ερευνών και περίθαλψης φώκιας.
Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο καταδυτικό τουρισμό	Αντιδράσεις από τους αλιείς λόγω των απαγορεύσεων αλιείας

Πίνακας 12, πηγή: ίδια επεξεργασία, <http://www.kathimerini.gr/862453/gallery/epikairothta/perivallon/h-mageia-toy-8alassioy--e8nikoy-parkoy-alonnhsoy> και <http://alonissos-park.gr/>

8.2.4 ΣΤΟΧΟΙ:

Σε ότι αφορά τους στόχους που ορίζονται σαφώς στους έμμεσους στόχους τοποθετείται η επιτυχία του μουσείου μέσα από την αναγνωρισιμότητα και την αύξηση της επισκεψιμότητας και των εσόδων χρόνο με το χρόνο.

Σε ότι αφορά τους άμεσους στόχους από τη κατασκευή του υποβρύχιου μουσείου αυτοί είναι οι εξής:

- ✓ Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Το μουσείο να αποτελέσει άλλη μια εισοδηματική πηγή για το δήμο Θάσου.
- ✓ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Μέσα από το μουσείο να δοθεί η ευκαιρία για μείωση της ανεργίας στη περιοχή.
- ✓ Προσέλκυση νέων επενδύσεων. Ο περιβάλλοντας χώρος της περιοχής είναι κατάλληλος για τη προσέλκυση και εγκατάσταση νέων επιχειρήσεων. Αλλά και γενικότερα μπορούν να προσελκυσθούν επενδύσεις σε όλο το νησί.
- ✓ Προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς του νησιού. Το μουσείο μπορεί να αποτελέσει έναυσμα ώστε να προβληθεί περαιτέρω η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού προς τα έξω αλλά και ενίσχυση της εικόνας της Θάσου.
- ✓ Προσέλκυση νέου τουριστικού προϊόντος. Όπως ήδη προαναφέρθηκε με το καταδυτικό τουρισμό ασχολούνται κυρίως τουρίστες προερχόμενοι από τη βόρεια Ευρώπη έτσι θα δοθεί το έναυσμα για ανανέωση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος.
- ✓ Δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Μέσα από το μουσείο να δοθεί το έναυσμα για να εγκατασταθούν νέες επιχειρήσεις οι οποίες θα ενισχύσουν τη λειτουργία του πάρκου (π.χ. επιχειρήσεις πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού).

8.2.5 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ:

Αγορά – στόχος/ People:

Σε ότι αφορά την αγορά – στόχο στην οποία απευθύνεται το πάρκο αυτή εντοπίζεται στην Ευρωπαϊκή ήπειρο και κυρίως σε τουρίστες προερχόμενοι από τη Γαλλία, την Αγγλία και τη Γερμανία εφόσον αποτελούν τη μερίδα των τουριστών του καταδυτικού τουρισμού που πραγματοποιούν τα περισσότερα ταξίδια ετησίως.

Σχετικά με το προφίλ των δυτών – τουριστών, το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών είναι άτομα νεαρά σε ηλικία τα οποία αγαπούν τη φύση. Επίσης συνηθίζουν να ενσωματώνουν στο πρόγραμμα των διακοπών τους και άλλες δραστηριότητες οι οποίες δεν αφορούν τη κατάδυση ενώ δείχνουν ενδιαφέρον και για το πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής. Σε μικρότερο ποσοστό έρχονται τα άτομα τα οποία θεωρούνται καταρτισμένα πάνω στη κατάδυση δηλαδή διαθέτουν κάποιο δίπλωμα. Ενώ η μεγαλύτερη μερίδα των ατόμων αυτών είναι άνδρες. Η τρίτη κατηγορία των τουριστών που ασχολείται με το καταδυτικό τουρισμό είναι οι οικογένειες. Σε ότι αφορά την κατάρτιση πάνω στη κατάδυση η συγκεκριμένη ομάδα δεν έχει ιδιαίτερες γνώσεις απλά ασχολούνται με τη κατάδυση ως δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου (Musa και Dimmock,2012).

Σε ότι αφορά το καταναλωτικό προφίλ των τουριστών που ασχολούνται με το καταδυτικό τουρισμό όπως ήδη προαναφέρθηκε είναι άτομα τα οποία έχουν υψηλά εισοδήματα. Συνήθως οι διακοπές τους διαρκούν δέκα ημέρες και είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν χρήματα. Για αυτό σημαντικό ρόλο για αυτούς παίζει η ύπαρξη υψηλής ποιότητας υποδομών όπως επίσης και η ύπαρξη υποδομών όπως είναι για παράδειγμα η προσβασιμότητα. Άλλο σημαντικό στοιχείο το οποίο αφορά την ομάδα των τουριστών οι οποίοι είναι γνώστες της κατάδυσης που πρέπει να αναφερθεί είναι ότι τα συγκεκριμένα άτομα φέρουν δικό τους εξοπλισμό τον οποίο έχουν μαζί τους στις διακοπές τους (Morgabi και Rogerson,2007).

Τοποθέτηση/ Positioning:

Σχετικά με τη τοποθέτηση του μουσείου στη τουριστική αγορά. Σε σχέση με τα ήδη υπάρχοντα πάρκα που υπάρχουν στην Ελληνική αγορά το συγκεκριμένο διαφοροποιείται ως προς τα χαρακτηριστικά του. Ειδικότερα τα δυο πάρκα σε Ζάκυνθο και Αλόνησο στόχο έχουν τη παρατήρηση ειδών προς εξαφάνιση της χελώνας καρέτα – καρέτα και της φώκιας μονάχους – μονάχους. Η πρόταση για τη περιοχή της Σαλιάρας αφορά την κατασκευή τεχνητού καταδυτικού πάρκου υπό τη μορφή υποβρύχιου μουσείου. Και εδώ έγκειται και η διαφοροποίηση του «προϊόντος». Στο συγκεκριμένο πάρκο ο επισκέπτης θα έχει τη

δυνατότητα να παρατηρήσει βυθισμένους όγκους μαρμάρου λαξευμένους σε έργα εμπνευσμένα από την ιστορία και τη μυθολογία του νησιού.

Τιμολόγηση/ Price:

Εφόσον η πρόταση για το πάρκο είναι μια καινούργια πρόταση το πάρκο λογίζεται ως ένα νέο «προϊόν» το οποίο κάνει την είσοδο του στην αγορά. Για αυτό το λόγο σε πρώτη φάση επιλέγονται τιμές χαμηλότερες από εκείνες τις οποίες προσφέρουν οι ανταγωνιστές προκειμένου να αποκτηθεί σύντομα ένα μερίδιο της αγοράς. Σε ότι αφορά την αύξηση των τιμών αυτή προτείνεται να πραγματοποιηθεί μετά την κατάκτηση των επιθυμητών στόχων και εσόδων.

Εξετάζοντας τις τιμές των άλλων πάρκων της Μεσογείου οι τιμές διαμορφώνονται ως εξής: από 32€ - 45€ για κατάδυση με αναπνευστικό εξοπλισμό κατά τους θερινούς μήνες το άτομο και από 175€ έως 370€ για οργανωμένες ομάδες ατόμων (6-12 άτομα) (<http://www.paradisediving.com/pricelist.html>). Έτσι για το συγκεκριμένο μουσείο ενδεικτικά προτείνονται οι εξής τιμές: από 25€ - 40€ για ατομικές καταδύσεις και από 165€ - 355€ για ομάδες ατόμων.

Προώθηση/ Promotion:

Σε ότι αφορά τη προώθηση του πάρκου προς τα έξω προτείνεται το εξής:

- ✓ Δημιουργία σελίδας στο διαδίκτυο όπως και σελίδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μέσω της οποίας ο επισκέπτης θα έχει τη δυνατότητα να κλείσει το εισιτήριο του με βάση το είδος της δραστηριότητας που το ενδιαφέρει.
- ✓ Προώθηση μέσω των Tour Operators. Προτείνεται η προσφορά ολοκληρωμένων πακέτων διακοπών στα οποία θα συμπεριλαμβάνεται και επίσκεψη στο πάρκο. Επίσης προτείνεται και η διαφήμιση του πάρκου μέσα από τις ιστοσελίδες τις οποίες διαθέτουν.
- ✓ Προώθηση μέσα από τις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Κάθε επιχείρηση διαθέτει σελίδα στο διαδίκτυο. Έτσι προτείνεται να συμπεριληφθεί μαζί με τη δυνατότητα κράτησης δωματίου και η επιλογή κράτησης εισιτηρίου για επίσκεψη στο μουσείο. Επίσης ο επισκέπτης μέσω αυτής της δυνατότητας θα μπορεί να επωφελείται και ανάλογων εκπτώσεων.
- ✓ Προβολή του μουσείου μέσα από τους επίσημους οργανισμούς καταδύσεων όπως είναι η PADI.

- ✓ Προβολή του μουσείου στα επίσημα περίπτερα των επαγγελματιών του νησιού κατά τη διάρκεια τουριστικών εκθέσεων.
- ✓ Δημιουργία έντυπου διαφημιστικού υλικού διαθέσιμου προς διανομή σε τουριστικές επιχειρήσεις.

Τόπος/ Place:

Στη συγκεκριμένη ενότητα προσδιορίζεται ο τρόπος διανομής του προϊόντος και ποια θα είναι τα κανάλια διανομής. Στη προκειμένη περίπτωση το προϊόν δηλαδή το μουσείο μπορεί να διανεμηθεί με δυο τρόπους:

- Άμεσα. Κατευθείαν στους τουρίστες μέσω των τακτικών προώθησης των οποίων αναλύθηκαν παραπάνω. Απευθυνόμενοι απευθείας στο ενδιαφερόμενο κοινό το οποίο ασχολείται με αυτό το είδος τουρισμού και οργανώνει μόνο του τις διακοπές του.
- Έμμεσα. Μέσω των Tour Operators οι οποίοι εντάσσοντας το πάρκο στα προσφερόμενα πακέτα διακοπών τα οποία διαθέτουν αναλαμβάνουν το ρόλο του μεσάζοντα. Ο γεωγραφικός τόπος ο οποίος δραστηριοποιούνται είναι οι βόρειες χώρες της Ευρώπης αφού όπως προαναφέρθηκε η μεγαλύτερη μάζα τουριστών οι οποίοι ασχολούνται με τον καταδυτικό τουρισμό προέρχεται από εκεί.

Προϊόν/ Product:

Στη συγκεκριμένη ενότητα πρόκειται να προταθεί το λογότυπο το οποίο θα «συνοδεύει» το πάρκο όπως και η ονομασία – brand. Στόχος μέσα από το συγκεκριμένο σλόγκαν είναι ο επισκέπτης να παραπέμπεται απευθείας στη κατάδυση και αυτό επιτυγχάνεται με τη λέξη dive. Ενώ η φράση into the marble παραπέμπει στο υλικό. Και έτσι δημιουργείται ένα λογοπαίγνιο το οποίο γίνεται εύκολα κατανοητό και απομνημονεύσιμο στον επισκέπτη.



Εικόνα 4, Πηγή : ιδία επεξεργασία

8.2.6 ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:

Κόστος επένδυσης και χρηματοδότηση:

Περιγραφή	Κόστος σε ευρώ
Πρώτες ύλες	Δωρεά των λατομικών επιχειρήσεων
Πλωτός γερανός	3.000€ / την ημέρα
Ρυμουλκό σκάφος	2.000€ / την ημέρα
Έξι δύτες	1.500€ / ανά οκτάωρο
Εργάτες	200€ / ανά οκτάωρο
Φαγητό/ μετακινήσεις / διαμονή	300€/ την ημέρα
Μερικό σύνολο	7.000€
Μεταφορικά μέσα	5.000€
Μεταφορά πρώτων υλών	4.500€
Γενικό σύνολο	44.500€
Χρηματοδότηση κόστους επένδυσης	
Ιδία κεφάλαια	

Πίνακας 13, Πηγή: ίδια επεξεργασία, <http://www.milonas-underwater.gr/>

Στο πίνακα 13 παρουσιάζεται αναλυτικά το κόστος κατασκευής του μουσείου – πάρκου. Πιο αναλυτικά σε ότι αφορά τις πρώτες ύλες οι οποίες πρόκειται να χρησιμοποιηθούν προτείνεται να δοθούν ως προϊόν δωρεάς από τις λατομικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στη περιοχή προκειμένου να μειωθεί το κόστος της επένδυσης. Σε ότι αφορά τη πόντιση των όγκων μια μέθοδος η οποία χρησιμοποιείται είναι με τη χρήση πλωτού γερανού έτσι στα έξοδα θα πρέπει να υπολογιστούν τα έξοδα μεταφοράς του γερανού όπως και του ρυμουλκού σκάφους το οποίο θα τον μεταφέρει. Τα έξοδα άφιξης τους στο χώρο εργασιών ανέρχονται στις 5.000€. Σχετικά με το εργατικό δυναμικό το οποίο χρειάζεται για να πραγματοποιηθεί η πόντιση είναι έξι δύτες οι οποίοι θα βουτούν διαδοχικά και ο μισθός τους ανέρχεται στα 1.000€. Όπως επίσης και τέσσερις εργάτες οι οποίοι θα εργάζονται από έξω και θα συντονίζουν το έργο των δυτών. Ο μισθός των εργατών υπολογίζεται στα 200€ μαζί με τις ασφαλιστικές εισφορές. Στα έξοδα του εργατικού δυναμικού θα πρέπει να υπολογιστούν και έξοδα διαμονής, μετακίνησης και φαγητού τα οποία ανέρχονται στα 300€ την ημέρα. Σχετικά με τη σμίλευση των αγαλμάτων προτείνεται να ανατεθεί σε φοιτητές σχολών καλών τεχνών στα πλαίσια της πρακτικής τους άσκησης. Έτσι ο συνολικά για την πόντιση πέντε αγαλμάτων την ημέρα σε χρονικό διάστημα πέντε ημερών το κόστος της επένδυσης ανέρχεται στις 44.500€. Με κόστος ημερησίων εξόδων 7.000€. Επίσης σε περίπτωση αδυναμίας πραγματοποίησης

εργασιών του γερανού του σκάφους και των δυτών εξαιτίας δυσμενών καιρικών συνθηκών προβλέπεται κόστος περίπου 25% του συνολικού κόστους / ημέρα (σταλία) (<http://www.milonas-underwater.gr/>).

Επίσης εκτός των εξόδων κατασκευής προκείμενου να κατασκευαστεί ένα καταδυτικό πάρκο σε μια περιοχή χρειάζεται να πραγματοποιηθούν και μια σειρά μελετών πριν ξεκινήσουν οι εργασίες. Συγκεκριμένα χρειάζεται να πραγματοποιηθεί περιβαλλοντική μελέτη, μελέτη κυματισμού και μελέτη βυθού. Έτσι προκείμενου να μην επιβαρυνθεί ο συνολικός προϋπολογισμός προτείνεται η συγκεκριμένες μελέτες να ανατεθούν σε πανεπιστημιακά ιδρύματα με ανάλογο γνωστικό αντικείμενο.

Σχετικά με τη χρηματοδότηση του μουσείου, λόγω του μικρού κόστους το οποίο απαιτεί μια τέτοιου είδους επένδυση είναι εφικτό να καλυφθεί από ίδια κεφάλαια του δήμου Θάσου. Επίσης ο συγκεκριμένος πίνακας αφορά μόνο τη κοστολόγηση της κατασκευής του μουσείου σε ότι αφορά εργασίες οι οποίες αφορούν τον εξωτερικό χώρο όπως είναι κατασκευές κτηρίων αυτές δεν υπολογίζονται.

Τέλος σε ότι αφορά τον χρόνο αποπεράτωσης της κατασκευής όπως ήδη προαναφέρθηκε υπολογίζεται σε διάστημα πέντε ημερών κατά τους θερινούς μήνες προκείμενου να αποφευχθούν δυσμενείς καιρικές συνθήκες. Ενώ σε ότι αφορά τη κατασκευή των αγαλμάτων (15 στο σύνολο) αυτή υπολογίζεται σε διάστημα ενός έτους εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους τους.

8.2.7 ΣΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΛΕΓΧΟΥ:

Εφόσον πραγματοποιηθεί η πρόταση και το έργο υλοποιηθεί σημαντικός είναι ο έλεγχος. Γιατί έλεγχος; Προκειμένου να διαπιστώνεται σε ετήσια βάση αν υλοποιούνται οι προσδοκώμενοι στόχοι και ποια είναι τα προβλήματα τα οποία είναι πιθανόν να προκύψουν ώστε να επιλύονται. Ειδικότερα κύριος στόχος της πρότασης είναι να εφαρμοστούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί προκειμένου να αναδιαρθρωθεί το τουριστικό προϊόν της περιοχής και να ενισχυθεί η τοπική ανάπτυξη αλλά και η προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου.

Σε δευτερεύον επίπεδο τα σημεία τα οποία είναι απαραίτητα να ελέγχονται είναι τα εξής:

- Αν παρουσιάζει το πάρκο κερδοφορία ή ζημιά.
- Αν ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται ή μειώνεται.
- Αν το πλάνο προώθησης και διαφήμισης αποδίδει.
- Αν καλύπτονται οι ανάγκες των επισκεπτών.
- Αν σημειώνονται περιβαλλοντικές καταστροφές.

8.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ:

Εξετάζοντας τις επιπτώσεις τις οποίες θα επιφέρει η κατασκευή ενός καταδυτικού πάρκου στη τοπική κοινωνία της Θάσου αυτές εντοπίζονται ως εξής:

Κοινωνικές

Σε ότι αφορά τις κοινωνικές επιπτώσεις αυτές διακρίνονται σε θετικές και αρνητικές. Ως θετικές εντοπίζονται οι εξής:

- ✓ Προσέλκυση νέων τουριστικών εθνικοτήτων. Με το καταδυτικό τουρισμό στατιστικά φαίνεται να ασχολούνται περισσότερο εθνικότητες προερχόμενες από τις βόρειες περιοχές της Ευρώπης. Έτσι οι κάτοικοι θα έρθουν σε επαφή με περισσότερους τουρίστες από τις συγκεκριμένες περιοχές και θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν και άλλους λαούς διαφορετικής κουλτούρας και πολιτισμικής ταυτότητας.
- ✓ Επίσης η ένταξη της Θάσου ως νέου καταδυτικού προορισμού θα δώσει την ευκαιρία για περαιτέρω προβολή και διαφήμιση του νησιού προς τα έξω ακόμη και σε περιοχές στις οποίες μπορεί το νησί να μην είναι ακόμη γνωστό. Αλλά θα δώσει το έναυσμα και για τη προσέλκυση νέων Tour Operators οι οποίοι θα ενισχύσουν την εικόνα και τον τουρισμό του νησιού.
- ✓ Μέσω του πάρκου θα δοθεί το έναυσμα και για προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς του νησιού.
- ✓ Ενίσχυση της εικόνας του νησιού.

Ως αρνητικές εντοπίζονται οι εξής:

- ✓ Οι κάτοικοι μπορεί να δυσανασχετήσουν με την αλλαγή που θα επέλθει στο υπάρχον τουριστικό προϊόν εφόσον το «άνοιγμα» σε μια νέα αγορά προϋποθέτει και την προσέλκυση νέων τουριστών. Οι κάτοικοι είναι συνηθισμένοι στην επαφή με συγκεκριμένες εθνότητες έτσι μια τέτοια αλλαγή προϋποθέτει και μια περίοδο προσαρμογής. Κατά τη περίοδο αυτή μπορεί να παρατηρηθούν διάφορες συμπεριφορές όπως είναι η επιφυλακτικότητα από πλευράς κατοίκων.

- ✓ Εφόσον η κατασκευή του πάρκου επιτευχθεί και θεωρηθεί επιτυχημένη με το πέρασμα των ετών μπορεί να σημειωθούν φαινόμενα μαζικότητας. Η μαζική προσέλκυση τουριστών σε ένα μικρής γεωγραφικής έκτασης τόπο όπως είναι η Θάσος μπορεί να οδηγήσουν σε διάφορα κοινωνικά φαινόμενα όπως είναι συνωστισμός, βία κλπ.
- ✓ Εκδήλωση αντιδράσεων από τοπικούς επαγγελματίες λόγω των απαγορεύσεων όπως είναι η αλίευση, η προσέγγιση σκαφών χωρίς άδεια κ.α. που επιβάλει η ελληνική νομοθεσία προκειμένου να επιτευχθεί η εύρυθμη λειτουργία του πάρκου.

Οικονομικές:

Σχετικά με τις επιπτώσεις σε οικονομικό επίπεδο εντοπίζονται και θετικές και αρνητικές. Οι θετικές διαμορφώνονται ως εξής:

- ✓ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Τόσο κατά τη περίοδο κατασκευής του έργου όσο και κατά τη περίοδο αποπεράτωσης του θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας. Σε ότι αφορά τη περίοδο αποπεράτωσης, θα χρειαστούν άτομα τα οποία θα το στελεχώσουν το πάρκο ώστε να συμβάλλουν στη εύρυθμη λειτουργία του. Από εκπαιδευτές και ναυαγοσώστες μέχρι άτομα στη διεύθυνση και στην υποδοχή θα είναι μερικές από τις θέσεις εργασίες οι οποίες θα χρειαστεί να καλυφθούν.
- ✓ Δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Η τοπική αγορά θα ενισχυθεί με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων προκειμένου να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες του πάρκου. Για παράδειγμα κάποιες από επιχειρήσεις που μπορεί να δημιουργηθούν είναι επιχειρήσεις πώλησης και ενοικίασης εξοπλισμού, μεταφοράς επισκεπτών, πώλησης σουβενίρ και αναμνηστικών κ.α.
- ✓ Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η κατασκευή ενός καταδυτικού πάρκου θα επιφέρει και αύξηση των τοπικών εσόδων. Όπως ήδη προαναφέρθηκε τα καταδυτικά πάρκα προσελκύουν πλήθος επισκεπτών και όπως φαίνεται έχουν αναδειχθεί σε μεγάλη πηγή εσόδων ενισχύοντας σημαντικά τις περιοχές οι οποίες επέλεξαν να ασχοληθούν με αυτού του είδους τουρισμού.
- ✓
- ✓

- ✓ Προσέλκυση επενδύσεων. Εφόσον η κατασκευή και η λειτουργία του μουσείου - πάρκου θεωρηθεί επιτυχημένη μπορεί να δώσει το έναυσμα για τη προσέλκυση νέων επενδύσεων στη περιοχή, όπως είναι η κατασκευή νέων ξενοδοχειακών μονάδων.
- ✓ Ενώ και τα κόστη συντήρησης είναι μειωμένα εφόσον τα βυθισμένα αντικείμενα δεν χρήζουν συντήρησης, αναλαμβάνει η φύση.

Οι αρνητικές εντοπίζονται ως εξής:

- ✓ Αδυναμία κάλυψης του προϋπολογισμού και των εξόδων τα οποία απαιτούνται προκειμένου να υλοποιηθεί η πρόταση.
- ✓ Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης μπορεί να υπάρξουν φαινόμενα αδυναμίας αποπεράτωσης πληρωμής του υπαλληλικού προσωπικού.
- ✓ Αδυναμία επίτευξης των προσδοκώμενων στόχων και ως αποτέλεσμα αντί αύξησης των εσόδων και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας το μουσείο να αποδειχθεί ατυχής επένδυση.

Περιβαλλοντικές

Αντίστοιχα και οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις εντοπίζονται σε θετικές και αρνητικές. Ως θετικές διακρίνονται οι εξής:

- ✓ Η κατασκευή ενός τεχνητού πάρκου θα ενισχύσει τη υποθαλάσσιο περιβάλλον δημιουργώντας ένα φυσικό υδροβιότοπο. Πιο συγκεκριμένα η βύθιση αντικείμενων δίνει τη δυνατότητα στη φύση να δημιουργήσει πάνω στα αντικείμενα φύκια και μικροοργανισμοί τα οποία ως αποτέλεσμα έχουν τη προσέλκυση ψαριών.
- ✓ Ενίσχυση και του εξωτερικού φυσικού περιβάλλοντος. Η συγκεκριμένη περιοχή είναι ήδη μια περιοχή ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Έτσι η κατασκευή του πάρκου θα δώσει το έναυσμα για περαιτέρω ενίσχυση και βελτίωση της περιοχής.

- ✓ Ευαισθητοποίηση των κατοίκων πάνω στο περιβάλλον και υιοθέτηση πράσινων πρακτικών. Τα άτομα τα οποία ασχολούνται με το καταδυτικό τουρισμό είναι κατά κύριο λόγο άτομα ευαισθητοποιημένα ως προς τη περιβάλλον έτσι η επαφή με τους κατοίκους μπορεί να αποτελέσει το εναρκτήριο έναυσμα για περαιτέρω ευαισθητοποίηση. Επίσης η ύπαρξη ενός πάρκου από μόνη της θα κινητοποιήσει τη τοπική κοινωνία αλλά και τις τοπικές προκειμένου να υιοθετηθούν πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος.
- ✓ Επιπλέον θα μειωθούν φαινόμενα καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος όπως είναι για παράδειγμα η υπεραλίευση εφόσον νομοθετικά στις όποιες εδρεύουν καταδυτικά πάρκα είναι προστατευόμενες.

Κυρίως ως αρνητική επίπτωση θεωρείται η μόλυνση του περιβάλλον και εντός του πάρκου αλλά και εκτός:

- ✓ Εντός του πάρκου κατά τη διάρκεια της κατάδυσης μπορεί να παρατηρηθούν φαινόμενα μόλυνσης και αλλοίωσης του υποθαλάσσιου περιβάλλοντος τα οποία οφείλονται στους δύτες.
- ✓ Επίσης με τη προσέλκυση σκαφών μπορεί να παρατηρηθούν φαινόμενα μόλυνσης του θαλάσσιου περιβάλλοντος από τις μηχανές.
- ✓ Εκτός του πάρκου μπορεί να παρατηρηθούν φαινόμενα μόλυνσης του περιβάλλοντα χώρου εξαιτίας της μαζικής προσέλκυσης επισκεπτών.

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ:

Κύριος στόχος της εργασίας που εκπονήθηκε ήταν να ερευνηθεί η ανάπτυξη ενός τόπου μέσα από τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Και πιο συγκεκριμένα ενός τόπου, μικρής γεωγραφικής έκτασης όπως είναι το νησί της Θάσου. Μέσα από την εργασία μελετάται η εφαρμογή μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού και συγκεκριμένα του καταδυτικού τουρισμού και τα αποτελέσματα του στη τοπική κοινωνία.

Ο ρυθμός ανάπτυξης μιας περιοχής εξαρτάται από την παραγωγικότητα των κατοίκων, την δυνατότητα προσέλκυσης επενδύσεων, το βαθμό ανταγωνιστικότητας κ.α.. Με σημερινούς όρους η ανάπτυξη λογίζεται ως βιώσιμη ανάπτυξη και αυτό στα πλαίσια μιας ισόνομα κατανεμημένης ευημερίας σε όλους τους τομείς μέσα από την υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών. Άρρηκτα συνδεδεμένη με τη τοπική ανάπτυξη είναι η τουριστική ανάπτυξη. Πολλές περιοχές βασίζουν την ανάπτυξη τους πάνω στο τριτογενή τομέα. Έτσι προκειμένου να θεωρηθεί ένας τόπος τουριστικά ανεπτυγμένος θα πρέπει να διαθέτει τις ανάλογες υποδομές, τα ανάλογα αξιοθέατα, να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και γενικότερα μια ολοκληρωμένη εμπειρία. Όλα αυτά τα στοιχεία καθιστούν ανταγωνιστικό ένα προορισμό. Ενώ μέσα από την υιοθέτηση «πράσινων» πρακτικών έχουμε περάσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Σήμερα οι τουριστικές ροές αυξάνονται συνεχώς γεγονός το οποίο έχει οδηγήσει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των προορισμών. Μέσω της ανάπτυξης ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ένας προορισμός καθίσταται ανταγωνιστικός σε σχέση με άλλους. Επίσης ιδανικά εφαρμόζονται και αναπτύσσονται εύκολα σε μικρής γεωγραφικής έκτασης περιοχές.

Σχετικά με τη μελέτη περίπτωσης, η Θάσος είναι ένα νησί με πλούσιο πολιτιστικό υπόβαθρο αλλά και με πλούσιο φυσικό κάλλος. Επίσης η μικρή απόσταση από το παραλιακό μέτωπο της ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης την αναδεικνύει σε τουριστικό προορισμό των Βαλκανίων. Έτσι ώστε μεγάλο μέρος της οικονομίας του νησιού να στηρίζεται στο τριτογενή τομέα. Τα κύρια συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν είναι τα εξής: η Θάσος ως τουριστικός προορισμός έχει φτάσει σε σημείο ώριμης ανάπτυξης. Επίσης η διατήρηση και η προώθηση του παραδοσιακού μοντέλου τουρισμού ήλιος – θάλασσα την έχει ανάγκη σε ένα φθινό προορισμό, με μικρής διάρκειας τουριστική περίοδο (μόλις 5 μήνες). Ενώ σε επίπεδο δομών οι μεγάλες τουριστικές μονάδες είναι λιγιστές με το μεγαλύτερο κομμάτι των ξενοδοχειακών υποδομών να απαρτίζεται από ενοικιαζόμενα δωμάτια. Ακόμη σε επίπεδο τουριστικής προβολής, η Θάσος προβάλλεται κυρίως σε τουριστικές εκθέσεις των Βαλκανίων. Ενώ δεν εντοπίστηκε να έχει αναπτυχθεί κάποια εναλλακτική μορφή τουρισμού ωστόσο οι καταστροφικές πυρκαγιές του περασμένου καλοκαιριού

φαίνεται πως έδωσαν το έναυσμα για την εγχάραξη ενός καινούργιου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης στο οποίο συμπεριλαμβάνονται και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Έτσι μέσα από την εργασία προτείνεται η ανάπτυξη μιας συγκεκριμένης εναλλακτικής μορφής τουρισμού, του καταδυτικού τουρισμού. Μέσα από τη κατασκευή ενός υποβρύχιου μουσείου στη περιοχή Σαλιάρα. Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μια ολοένα και αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού και προτιμάται από πολλούς προορισμούς. Με τους αυτοδύτες να αγγίζουν το 1,5 εκατομμύριο διαμορφώνεται μια αγορά τουριστών οι οποίοι πραγματοποιούν τουλάχιστον ένα ταξίδι το χρόνο με μέσο όρο διανυκτέρευσης της δέκα ημέρες και συνολικής δαπάνης το 1,5 δις ευρώ. Αυτό που προκύπτει είναι ότι διαμορφώνεται μια τάση κατασκευής ολοένα και περισσότερων καταδυτικών πάρκων είτε φυσικών είτε τεχνητών σε διάφορα σημεία του πλανήτη. Κάτι ανάλογο φαίνεται να συμβαίνει και στην Ελλάδα. Σήμερα επί ελληνικού εδάφους υπάρχουν δυο οργανωμένα πάρκα σε Ζάκυνθο και Αλόνησο ενώ και άλλες περιοχές φαίνεται να εντάσσουν την ανάπτυξη καταδυτικού τουρισμού στα μελλοντικά τους σχέδια. Και αυτό όπως φαίνεται πως οφείλεται στην αλλαγή στην Ελληνική νομοθεσία αλλά και στο μικρό προϋπολογισμό στον οποίο απαιτείται.

Σε ότι αφορά τη Θάσο αυτό που προκύπτει είναι το εξής:

Κατά προσωπική άποψη η Θάσος λόγω της γεωγραφικής της θέσης αλλά και του μικρού μεγέθους της μπορεί να αναπτύξει ένα τέτοιο είδος τουρισμού όπως είναι ο καταδυτικός. Μέσα από τη συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικού τομέα και συγκεκριμένα μέσα από τη συνεργασία με τις λατομικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο νησί, μπορεί να επιτευχθεί η κατασκευή ενός υποβρύχιου μουσείου. Το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε μια νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από τη κατασκευή ενός υποβρύχιου πάρκου θα μπορέσει να ενισχυθεί η τοπική οικονομία, να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας, να ανανεωθεί το υπάρχον τουριστικό προϊόν, να ενισχυθεί η εικόνα του νησιού ως τουριστικός προορισμός, να προβληθεί η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού, να προσελκυσθούν νέες επενδύσεις, να δοθεί το έναυσμα για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και επίσης να δοθεί το έναυσμα στη κοινωνία να υιοθετήσει «πράσινες» πρακτικές.

Έτσι το κύριο συμπέρασμα της εργασίας είναι όταν μικρές κοινωνίες υιοθετούν απλές νέες εναλλακτικές πρακτικές μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη τους τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ:

Ηγουμενάκης Ν. (2001), Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική και Τουρισμός, *Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών*, τόμος 1, τεύχος 1.

Παγκάλου Ε. (2013), Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στη Θάσο, ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Καβάλα.

Kozeli T. και Wurch – Kozeli (2014), Το μάρμαρο της Θάσου κατά τη διάρκεια της αρχαιότητας στο Παπαευθυμίου – Παπανθίμου Αι., *Η Θάσος στη τροχιά των αιώνων*, εκδόσεις Μέδεων, Αθήνα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ:

Archer και άλλοι (2005), The positive and negative impacts of tourism στο Theobald W., *Global Tourism: Third edition*, Elsevier, Amsterdam.

Asafu-Adjaye J. και Tapsuwan S. (2008), A contingent valuation study of scuba diving benefits: Case study in MuKo Similan Marine National Park, Thailand, *Tourism Management*, 1122–1130.

Benur A. και Bramwell B. (2015), Tourism product development and product diversification in destinations, *Tourism Management*, (τόμος; Τεύχος;) 213 - 224.

Berke P. (2002), Does Sustainable Development Offer a New Direction for Planning? Challenges for the Twenty-First Century, *Journal of Planning Literature*, Vol. 17, No. 1.

Buhalis D. και Diamantis D. (2001), Tourism Development and Sustainability in the Greek Archipelagos, στο Ioannides και άλλοι, *Mediterranean Islands and Sustainable Tourism Development: practices management and policies*, Continuum, London.

Bull C. και Weed M. (1999), Niche markets and small island tourism: the development of sports tourism in Malta, *Managing Leisure*, 4:3, 142-155, DOI: 10.1080/136067199375814.

Butler R. (1980), The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution Implications for Management Resources, *Canadian Geographer*, XXIV,1.

Clarke J. (1997), A Framework of Approaches to Sustainable Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 5:3, 224-233, DOI: 10.1080/09669589708667287.

Cocossis H. (2006), Tourism Technological Change and Regional Development στο Giaoutzi M. και Nizkamp P., *Tourism and Regional Development: new pathways*, Ashgate, England.

Coffey W. και Polese M. (1984), The Concept of Local Development: a stage model of endogenous regional growth, *Papers of the Regional Science Association*, Vol. 55.

Coffey W. και Polese M. (2007), Local development: Conceptual bases and policy implications, *Regional Studies*, 19:2, 85-93, DOI: 10.1080/09595238500185101.

Cohen E. (1978), The Impact of Tourism on Physical Environment, *Annals of Tourism Research*.

Dimmock K. (2007), Scuba Diving, Snorkeling and Free Diving, στο Jennings G., *Water-based tourism, sport, leisure, and recreation experiences*, Burlington.

Davis D. και Tisdell C. (1995), Recreational scuba-diving and carrying capacity in marine protected areas, *Ocean & Coastal Management*, Vol. 26, No. 1, pp. 19-40.

Dimmock K. και Wilson E. (2009), Risking comfort? The impact of in-water constraints on recreational scuba diving, *Annals of Leisure Research*, Vol. 12, No. 2.

Dimmock K. και Wilson (2011), “Take a deep breath”: how recreational scuba divers negotiate in-water constraints, *Leisure/Loisir*, 35:3, 283-297, DOI: 10.1080/14927713.2011.614839.

Dimoska T. και Trimcev B. (2012), Competitiveness strategies for supporting economic development of the touristic destination, *Social and Behavioral Sciences*, 279 – 288.

Dogan H. (1989), Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol 16, pp. 216-236.

Gibbs D. και άλλοι (1996), Moving Towards Sustainable Development? Integrating Economic Development and the Environment in Local Authorities, *Journal of Environmental Planning and Management*, 39:3, 317-332, DOI:10.1080/09640569612444.

Giddings και άλλοι (2002), Environment, Economy and Society: fitting them together into sustainable development, *Sustainable Development*, 187–196.

Haley A. και άλλοι (2005), The Social Impacts of Tourism: A Case Study of Bath, UK, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3, pp. 647–668.

Hall M. (2001), Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?, *Ocean & Coastal Management*, 44, 601–618.

Hasler H. και Ott J. (2008), Diving down the reefs? Intensive diving tourism threatens the reefs of the northern Red Sea, *Marine Pollution Bulletin*, 56, 1788–1794

- Haughton G. (1999), Environmental Justice and the Sustainable City, *Journal of Planning Education and Research*, 18: 233 – 243.
- Hudman L. (1978), Tourist Impacts: the need for regional planning, *Annals of Tourism Research*, Vol. V, No. 1, pp. 112–125.
- Hunter C. (1997), Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 4, pp. 850-867.
- Isaac R. (2010), Alternative tourism: new forms of tourism in Bethlehem for the Palestinian tourism industry, *Current Issues in Tourism*, 13:1, 21-36, DOI:10.1080/13683500802495677.
- Jarviluoma J. (1992), Alternative tourism and the evolution of tourist areas, *Tourism Management*.
- Keyser H. (2002), *Tourism Development*, Oxford University Press, South Africa.
- Lane B. (1994), Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation, *Journal of Sustainable Tourism*, 2:1-2, 102-111, DOI:10.1080/09669589409510687.
- Lanfant M. and Graburn N. (1992), International Tourism Reconsidered: the principle of alternative στο Smith V. και Eadington W., *Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, University of Pennsylvania Press.
- Lele S. (1991), Sustainable Development" A Critical Review, *World Development*, Vol. 19, No. 6, pp. 607-621.
- Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6). pp. 459-475.
- Maccarthy M. και άλλοι (2006), Customer satisfaction and Scuba-diving: Some insights from the deep, *The Service Industries Journal*, 26:5, 537-555, DOI: 10.1080/02642060600722841.
- Manson P. (2003), *Tourism Impacts: planning and management*, Elsevier, UK.
- McKercher B. (1993), Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts, *Journal of Sustainable Tourism*, 1:1, 6-16.
- Ministry of Foreign Affairs (2015), *CBI Product Fact Sheet: Dive Tourism from Europe*, Netherlands.
- Mograbi J. και Rogerson C. (2007), Maximizing the Local Pro-Poor Impacts of Dive Tourism: Sodwana Bay, South Africa, *Urban Forum*, 18:85–104.
- Moscardo G. (2005), Peripheral Tourism Development: Challenges, Issues and Success Factors, *Tourism Recreation Research*, Vol. 30, No. 1, DOI:10.1080/02508281.2005.11081231

- Musa G. και Dimmock K. (2012), Scuba diving tourism: introduction to special issue, *Tourism in Marine Environments*, Vol. 8, pp. 1–5.
- Musa G. και Dimmock K. (2015), Scuba Diving Tourism System: A framework for collaborative management and sustainability, *Marine Policy*, 52–58.
- Newman L. και Dale A. (2005), The Role of Agency in Sustainable Local Community Development, *Local Environment*, Vol. 10, No. 5, 477–486.
- Pike και άλλοι (2006), *Local and Regional Development*, Routledge, London.
- Porges E. (1981), The Grand Tour: Travel As An Educational Device 1600-1800, *Annals of Tourism Research*, VII.
- Porter M. (2000), Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, *Economic Development Quarterly*, Vol. 14 No. 1.
- Ritzer G. (1996), The McDonalidization of Society, Pine Forge Press. pp. 35–58, 121–142, 177–204.
- Robinson J. και Tinker J. (1997), Reconciling Economic and Social Imperatives: a new conceptual framework, στο Schrecker T. (1997), *Surviving Globalism: the social and environmental challenges*, *International Political Economy Series*, London.
- Saveriades A. (2000), Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus, *Tourism Management*, 147 – 156.
- Scalkos και άλλοι (2009), Mapping of the Current State of Diving Tourism in Greece, *Journal of Applied Sciences*, 1812 – 5654.
- Sessa A. (1988), The Science of Systems for Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, pp. 219-23.
- Sinclair M. (2007), Tourism and economic development: A survey, *The Journal of Development Studies*, 34:5, 1-51, DOI: 10.1080/00220389808422535
- Stynes D. (1997), Economic Impacts of Tourism: A Handbook for Tourism Professionals, Tourism Research Laboratory, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Sunlu U. (2003), Environmental impacts of tourism στο Camarda D. , Grassin i L., Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region, p. 263-270, Bari : CIHEAM.
- Tosun C. (1998), Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 6, pp. 595-610

- Towner J. (1995), What is tourism's history?, *Tourism Management*, Vol. 16, No. 5, pp. 33.
- Towner J. (1985), The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism, *Annals of Tourism Research*. Vol. 12, pp. 297-333.
- Trecek P. και Schuhmacher H. (1998), Mass Diving Tourism - A New Dimension Calls for New Management Approaches, *Marine Pollution Bulletin*, Vol. 37, Nos. 8±12, pp. 499-504.
- Tretheway M. και Mak D. (2005), Emerging tourism markets: Ageing and developing economies, *Journal of Air Transport Management*, 21-27.
- Tyrrell T. και Johnston R. (2006), The Economic Impacts of Tourism: A Special Issue, *Journal of Travel Research*, Vol. 45, No. 1, Page 1-5 DOI: 10.1177/0047287506288876.
- United Nations (2010), *Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012*, paper prepared for consideration by the High Level Panel on Global Sustainability at its first meeting, New York, 19 September.
- Vliamos S. (2006), Regional Development, Environment and the Tourist Product στο Giaoutzi M. και Nijkamp P., *Tourism and Regional Development: new pathways*, Ashgate, England.
- Wall (1997), Sustainable Tourism – Unustainable Development στο Pigram και άλλοι (1997), *Tourism Development and Growth*, Routledge.
- Weaver D. (1991), Alternative to Mass Tourism to Dominica, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, pp. 414 – 432.
- Wilson S. και άλλοι (2008), Factors for Success in Rural Tourism Development, *Journal of Travel Research*, Vol. 40, November 2001, 132-138.
- World Tourism Organization (2015), *Tourism Highlights: 2015 Edition*.
- WWF (2003), The economics of worldwide coral reef degradation, Cesar Environmental Economics

ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ:

Αλόννησος. net: <http://alonnisos.net/> , ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Εθνικό θαλάσσιο πάρκο Αλοννήσου: <http://alonissos-park.gr/> , ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Εθνικό θαλάσσιο πάρκο Ζακύνθου: <http://www.nmp-zak.org/el/node/98> , ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Εθνικό πάρκο Αλοννήσου, <http://alonissos-park.gr/16> , ημερομηνία επίσκεψης 22/12/2016.

Έθνος: http://www.ethnos.gr/koinonia/arthro/xrysafi_o_tourismos_ton_katadyseon-64025950/ ,
ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016 και http://www.ethnos.gr/politismos/arthro/ta_prota_katadytika_parka-64577683/ , ημερομηνία επίσκεψης 10/12/2016.

ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε, http://www.elinyae.gr/el/lib_file_upload/a241_77.1141134104438.pdf , ημερομηνία
επίσκεψης 20/12/20

Ελληνική στατιστική αρχή, <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2014> , ημερομηνία
επίσκεψης, 10/11/2016 και <http://www.statistics.gr/2011-census-pop-hous> , ημερομηνία επίσκεψης,
1/11/2016.

Δημοτική κοινωφελής επιχείρηση Καβάλας, <http://www.kavalagreece.gr/> , ημερομηνία επίσκεψης,
2/11/2016

Δήμος Θάσου, <http://www.thassos.gr/> , ημερομηνία επίσκεψης, 12/11/2016.

Καθημερινή, <http://www.kathimerini.gr/862453/gallery/epikairothta/perivallon/h-mageia-toy-8alassioy--e8nikoy-parkoy-alonnhsoy> , ημερομηνία επίσκεψης 22/12/2016.

Μυλωνάς υποθαλάσσια έργα, <http://www.milonas-underwater.gr/> , ημερομηνία επίσκεψης 5/1/2017.

Ναυτεμπορική, <http://www.naftemporiki.gr/story/834398/kupros-ypobruхий-mouseio-me-thema-tin-elliniki-muthologia> , ημερομηνία επίσκεψης 10/12/2016.

Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος, http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2015-HOTELS_REGIONS.pdf , ημερομηνία επίσκεψης, 10/11/2016.

Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Θάσου, <http://thassosrooms.gr/el/rooms> , ημερομηνία επίσκεψης, 10/11/2016.

Το Βήμα: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=166986>, ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016 και , <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=616421> , ημερομηνία επίσκεψης 22/12/2016.

Τουριστική αγορά, <http://www.tour-market.gr/plano-stoxeymenhs-prowthishs-apo-toys-ksenodoxoys-ths-thasoy/> , ημερομηνία επίσκεψης, 15/11/2016.

ΥΠΕΚΑ: <http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=IUwrnw5ZXH0%3D&tabid=555> , ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016 και <http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=IUwrnw5ZXH0%3D&tabid=555> , ημερομηνία επίσκεψης 15/12/2016.

Alonisos. biz, http://www.alonissos.biz/user/gimage/mapnmp01_gif_600_460.png , ημερομηνία επίσκεψης 28/1/2017.

Alternative Greece: <http://www.alternativegreece.gr/WebForms/CategoryDisplay.aspx?ID=91>, ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Business insider: <http://www.businessinsider.com/cancun-underwater-museum-museo-subacutico-de-arte-2015-5>, ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

City branding: http://www.citybranding.gr/2016/01/blog-post_19.html#, ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Daily mail: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2514504/Take-sights-UNDERWATER-MUSEUM-Mexican-visitor-attraction-successfully-using-exhibits-grow-new-coral-reef.html>, ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Eurostat, http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Archive:GDP_per_capita_consumption_per_capita_and_price_level_indices/el , ημερομηνία επίσκεψης, 16/01/2017

Πατρίκου Σωτηρία

Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και
Τοπική Ανάπτυξη: πρόταση για την ανάπτυξη
καταδυτικού τουρισμού στο νησί της Θάσου

[%CE%BC%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BF%CF%85.html](#) , ημερομηνία
επίσκεψης 10/12/2016.

Tornos news, <http://www.tornosnews.gr/permalink/20302.html> , ημερομηνία επίσκεψης, 12/11/2016.

Visit Malta: <http://www.visitmalta.com> , ημερομηνία επίσκεψης 11/10/2016.

Zanteisland <http://www.zanteisland.com/imm/parcomarino/mappa.jpg>, ημερομηνία επίσκεψης 25/1/2017.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

Μετά το πέρας της συγγραφής της εργασίας εγκαινιάστηκε το πρώτο υποβρύχιο μουσείο της Μεσογείου στα Κανάρια νησιά. Το μουσείο αποτελείται από 300 αγάλματα φυσικού μεγέθους με θέμα εμπνευσμένο από τη προσφυγική κρίση. Υπεύθυνος για τη κατασκευή του συγκεκριμένου έργου είναι ο Βρετανός καλλιτέχνης Jason DeCaires Taylor (<http://www.skai.gr/news/culture/article/336220/to-proto-upovruhio-mouseio-glupton-stin-europi-sta-kanaria-nisia/>).



Εικόνα 5, Πηγή: <http://www.skai.gr/news/culture/article/336220/to-proto-upovruhio-mouseio-glupton-stin-europi-sta-kanaria-nisia/>

